

**ANALISIS KUALITAS JASA PADA PERBANKAN SYARIAH
BERDASARKAN ADAPTASI MODEL CARTER (STUDI
PADA NASABAH TABUNGAN Ib HASANAH
BANK BNI SYARIAH)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Islam
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Oleh :

FITRA ANALIA
NIM. 90100116026

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitra Analia
NIM : 90100116026
Tempat/Tgl. Lahir : Mombi, 06 Maret 1998
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Villa Samata Sejahtera
Judul : Analisis Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Nasabah Tabunga Ib Hasanah BNI Syariah Cabang Makassar)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh akan batal demi hukum.

Gowa, Agustus 2020
Penyusun,



Fitra Analia
NIM. 90100116028



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar ■ (0411) 864924, Fax. 864923
Kampus II : Jl. H.M. Yasin Limpo Romangpolong – Gowa . ■ 424835, Fax424836

PENGESAHAN SKRIPSI

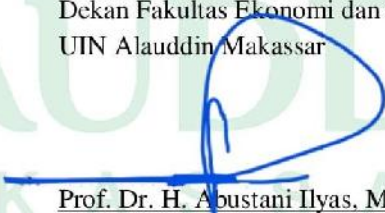
Skripsi yang berjudul **“Analisis Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Nasabah Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cabang Makassar”**, yang disusun oleh **FITRA ANALIA, NIM 90100116026**, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 14 Agustus 2020 bertepatan dengan 24 Zhulhijah 1442, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Samata-Gowa, 14 Agustus 2020
24 Zhulhijah 1442

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.	(..... )
Sekretaris	: Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.	(..... )
Penguji I	: Dr. Amiruddin K, M.El	(..... )
Penguji II	: Dr. Ir. H. Idris Parakkasi, MM	(..... )
Pembimbing I	: Ahmad Efendi, SE. M.Si	(..... )
Pembimbing II	: Ayu Ruqayyah Yunus, S.El, M.E.K	(..... )

Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar


Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.
NIP. 19661130 199303 1 003

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Yang Maha Kuasa. Hanya atas berkatnya Rahmat-nya penulis dapat menyusun skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang merupakan manifestasi Rahmat Allah ke seluruh alam, ialah manusia yang menuhan tetapi bukan tuhan manusia. Skripsi ini berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Nasabah Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cabang Makassar)

Penyusunan skripsi ini terselesaikan berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka tak lupa dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, terkhusus kepada:

1. Bapak Prof. Drs. Hamdan Juhannis M.A, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Bapak Ahmad Effendi, SE. MM. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar.

4. Bapak Akramunnas, SE., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar.
5. Bapak Ahmad Efendi SE.MM. dan ibu Ayu Ruqayyah Yunus, S.E.I, M.E.K selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan masukan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
6. Dr. Amiruddin K, M.EI dan Dr. Ir. Idris Parakkasi, MM. selaku Penguji I dan Penguji II yang telah meluangkan segenap waktu dan memberikan arahan serta petunjuk sampai skripsi ini selesai dengan baik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan, memberikan ilmu pengetahuan, selama penulis melakukan studi.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang telah membantu kelancaran proses administrasi.
9. Bapak Amaluddin dan ibu Najamiah selaku orang tua tercinta yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya dengan penuh rasa kasih sayang. Semoga dengan gelar sarjana ini menjadi awal saya untuk dapat membahagiakan ayah dan ibu di dunia maupun akhirat.
10. Kepada kakanda Alfi Syahrin SE yang senantiasa memberi motivasi, semangat dan rela meluangkan waktunya menjadi pendengar setia dalam suka duka penyelesaian skripsi.
11. PMII Rayon ekonomi dan bisnis islam yang telah menjadi wadah saya dalam berproses untuk belajar menjadi manusia yang lebih profesional, bertanggungjawab, kerja dalam tim, bermusyawarah dengan baik, dan

memberikan saya pengalaman yang sangat luar biasa dalam sebuah Organisasi.

12. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam (HMJ-EI) UIN Alauddin Makassar periode 2019 yang juga telah menjadi wadah saya berproses untuk belajar menjadi manusia yang profesional, bertanggungjawab, kerja dalam tim, bermusyawarah dengan baik, dan memberikan saya pengalaman yang sangat luar biasa dalam sebuah Organisasi.

13. Teman – teman seperjuangan Equilibrium dan terkhusus kepada Ekonomi Islam 2016 kelas A (EKIS A), sebagai entitas keluarga tanpa ikatan darah yang banyak memberikan saya pelajaran dan pengalaman selama kuliah di kampus peradaban.

14. Keluarga HAMTARO KKN 62 di desa Patteneteang yang telah memberi dukungan dan doanya kepada saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukan merupakan yang terbaik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk perbaikan skripsi ini selanjutnya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pembaca. Akhir kata

Wallahul muwwafik ilaa aqwamit thariq, Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Makassar, Juni 2020

Fitra Analia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
ABSTRAK	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1-27
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Hipotesis.....	7
D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.....	15
E. Kajian Pustaka.....	17
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	25
BAB II TINJAUAN TEORITIS	27-5
A. Manajemen Mutu Atau Kualitas	27
B. Kualitas Jasa	29
C. Model CARTER.....	41
D. Perbankan Syariah.....	46
E. Kerangka Fikir.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53-69
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	53

B. Populasi dan Sampel	55
C. Variabel Penelitian	57
D. Defenisi Operasional	60
E. Teknik dan Analisis Data	61
F. Metode Pengumpulan Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	70 - 113
A. Gambaran Umum Penelitian	70
B. Deskripsi Responden	74
C. Hasil Penelitian	79
BAB V PENUTUP	114 - 116
A. Kesimpulan	114
B. Saran	116
Daftar Pustaka	118
Lampiran	121

ABSTRAK

Nama : Fitra Analia
NIM : 90100116026
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Nasabah Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cabang Makassar)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melihat pengaruh dari kualitas pelayanan yang telah diterapkan terhadap kepuasan dari nasabah bank BNI Syariah cabang Makassar dengan pengukuran menggunakan Model CARTER dimana metode ini terdiri dari enam dimensi yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness*.

Kemudian, Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan menggunakan populasi seluruh nasabah Bank BNI Syariah cabang Makassar dan sampel yang dipilih sebanyak 100 responden berdasarkan rumus *slovin*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 21.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *Tegible* dan *Emphaty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *compliance*, *assurance*, *Relibility* dan *Responsiviness* kurang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini disebabkan pengaplikasian yang dilakukan oleh bank belum maksimal . Tapi jika dilihat Model CARTER secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 56,1%.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, metode CARTER, kepuasan nasabah.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era kompetitif saat ini, dalam dunia usaha terjadi persaingan yang tidak lagi dapat dihindari. Baik usaha yang bergerak dalam bidang jasa atau usaha yang bergerak dibidang barang, dalam hal ini setiap perusahaan diharapkan mampu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya. Perusahaan harus mampu untuk memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan kompleks. Dimana dalam masyarakat yang heterogen pasti menginginkan kualitas barang yang bermutu dan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas dimulai dari kebutuhan yang kemudian berakhir dengan persepsi setiap pelanggan.¹

Menurut Thio dalam menghadapi tuntutan pelanggan yang beragam setiap perusahaan diwajibkan untuk dapat memprioritaskan kepuasan pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan dan mampu menguasai mangsa pasar. Dengan nilai sebagai sintesa disejumlah hal diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.² Dalam menunjang keberlangsungan operasional dari suatu perusahaan kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang penting.

¹Muhammad Gilang Ramadhan “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Empiris Pada Nasabah Pt. Bpr Sabar Artha Prima)”, *Skripsi* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018) h. 2.

²Ramli Ahmaddin “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Nagari Cabang Utama Padang” *Tesis* (Jakarta: Universitas Terbuka Jakarta 2016) h. 3.

Menurut Tjiptono dan Diana, istilah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) Menjadi keharusan dalam setiap perumusan visi, misi, tujuan, credo, maupun moto organisasi baik perusahaan bisnis maupun lembaga nirlaba.³ Bagi suatu perusahaan kepuasan pelanggan itu penting, Menurut Schnaar, dalam Tjiptono kepuasan pelanggan akan memberikan awal yang baik untuk pembelian berulang yang kemudian terciptanya loyalitas nasabah serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta nasabah baru.⁴ Terkait tentang pelayanan kualitas jasa terdapat dalm firman Allah SWT dalam Al- Quran surah Al-baqarah ayat 267 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Terjemahannya :

*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*⁵

Berdasarkan ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Islam sangat memperhatikan setiap bentuk pelayanan, memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat memberukan yang terbaik bukan malah memberikan sesuatu yang buruk.

³Muhammad Gilang Ramadhan “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Empiris Pada Nasabah Pt. Bpr Sabar Artha Prima), h. 3.

⁴Sri Laksmi Pandanawati “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Bpr Syariah Dana Mulia Surakarta” *Tesis* (Surrakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta2014) h. 3

⁵Departemen Agama Republik Indonesia “Alquran dan Terjemahan h. 47”

Di perbankan sendiri seorang pelanggan biasa disebut sebagai nasabah. Sama halnya dengan bisnis lain, Kepuasan nasabah merupakan suatu kunci sukses dalam bisnis perbankan, karena dengan puasnyanya nasabah tersebut akan membuat nasabah tidak akan berpaling ke perusahaan yang lainnya.⁶ Kothler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang diharapkannya dengan apa yang didapatkannya. Apabila yang dirasakan oleh nasabah sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diharapkan berarti kepuasan nasabah terpenuhi, begitu juga sebaliknya.⁷

Di Indonesia sendiri dari tahun ketahun semakin banyak bank bank syariah, yang tentu akan berbanding lurus dengan pola persaingan yang semakin ketat untuk mendapatkan kepuasan dari nasabah. Kualitas jasa berkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Salah satu cara agar mendapatkan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) yaitu dengan melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkap tentang kepuasan dan kualitas jasa.⁸

Salah satu upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan yaitu setiap bank harus mampu memberikan penawaran yang berbeda salah satunya dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank

⁶Muhammad Gilang Ramadhan “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Empiris Pada Nasabah Pt. Bpr Sabar Artha Prima),h. 3.

⁷Ach. Zuhri dan Rudi Haryanto “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Bprs Bhakti Sumekar Sumenep” *Iqtishadia Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 1 Juni 2016, h. 117.

⁸Eko Pebrilaksono “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)” h. 73

melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.⁹

Pada tanggal 29 April 2000 telah didirikan Unit Usaha syariah yang diberinama BNI Syariah yang didasarkan pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, BNI Syariah diawal berdirinya memiliki 5 kantor cabang yang berada di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.¹⁰ Seiring dengan perkembangannya dan dengan melihat minat dari masyarakat untuk beralih ke bank syariah semakin tinggi, maka Unit Usaha Syariah BNI Syariah juga terus menunjukkan eksistensinya sebagai bank syariah dengan membuka kantor cabang di beberapa wilayah di Indonesia sebesar 28 dan 31 kantor cabang pembantu.¹¹

BNI Syariah dalam menjalankan system operasionalnya tetap berlandaskan pada kepatuhannya terhadap aspek-aspek syariah. Hal ini didukung oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini di pimpin oleh KH. Ma'ruf Amin, menyatakan bahwa semua produk yang ada di BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga sudah memenuhi prinsip syariah. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 pada tanggal 19 Juni 2010 PT. Bank BNI Syariah resmi beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BUS), karena komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran

⁹Eko Pebrilaksono “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)” h. 73

¹⁰“Sejarah bank BNI syariah “, *Situs Resmi Bank BNI Syariah* <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> (30 April 2020).

¹¹Imam Nur Syahdan “Analisis Produk Tabungan Ib Hasanah Di Bni Syariah Cabang Fatmawati” *Skripsi* (Jakarta, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019) h. 2.

terhadap beberapa keunggulan produk perbankan syariah juga meningkat. Kemudian pada 2018 terdapat 260 jumlah jaringan kantor yang tersebar di seluruh Indonesia.

Untuk memenuhi dari setiap kebutuhan dari masyarakat maka Bank BNI Syariah menyediakan beberapa produk mulai dari produk pembiayaan, produk pendanaan dan jasa-jasa perbankan lainnya. Pada produk pembiayaan terdiri dari produk iB Hasanah Card, Griya iB Hasanah, Haji iB Hasanah, Rahn Emas iB Hasanah, Multijasa iB Hasanah, Multiguna iB Hasanah, Flexi iB Hasanah, CCF iB Hasanah, Wirausaha iB Hasanah, Tunas Usaha iB Hasanah, Linkage Program iB Hasanah, Kopkar/Kopeg iB Hasanah, Usaha Kecil iB Hasanah, Usaha Besar iB Hasanah, Sindikasi iB Hasanah, Multifinance iB Hasanah, OTO iB¹²

BNI Syariah sejak tahun berdirinya sampai pada tahun 2019 banyak memperoleh prestasi atau penghargaan diantaranya :

Tabel 1.1
Daftar penghargaan Bank Syariah Mandiri

Tahun	Penghargaan
2017	1. Infobank Awards 2. Anugerah Syariah Republika 2017 3. Banking Service Excellence Award 2017
2018	1. Infobank Awards 2. Anugerah Syariah Republika 2018 3. Banking Service Excellence Award

¹²Produk BNI Syariah “ *Situs Resmi BNI Syariah*” [https://www.bnisyariah.co.id/id-id-personal/pendanaan/bniibhasanah](https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pendanaan/bniibhasanah) (29 April 2020)

	2018
2019	1. Infobank Awards 2. Bisnis Indonesia Financiaal Award 2019 3. Service Quality Award (SQ Award) 2019

Dimana penghargaan diberikan kepada bank yang dilihat dari tingginya tingkat kepuasan (*satisfaction*), loyalitas (*loyalty*), dan keterikatan (*engagement*) nasabah kepada bank tersebut yang menggunakan pendekatan wawancara langsung kepada setiap nasabah bank tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Othman dan Owen yang memaparkan beberapa alasan bahwa setiap bank syariah harus mampu meningkatkan *service quality*. Dimana produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah dianggap memiliki kualitas yang tinggi dalam konsepnya menurut pandangan konsumen. selanjutnya, karena adanya hubungan yang jelas antara biaya, profitabilitas, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, positif dari mulut ke mulut secara luas dianggap sebagai pendorong *corporate marketing* dan kinerja keuangan perbankan. Dan yang terakhir bentuk pengukuran serta evaluasi di *service* penting karena perubahan perbankan yang semakin terintegrasi secara global.¹³

Othman dan Owen dalam penelitiannya mengembangkan dimensi SERVQUAL yang sebelumnya diteliti oleh Parasuraman mengembangkan satu

¹³ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House.

dimensi yang akan menjadidi ciri pembeda dalam pengukuran bank syariah, hal ini didasarkan dengan alasan bahwa bank *syariah* memiliki karakteristik yang berbeda dengan bank konvensional dinamakan dalam operasionalnya menerapkan prinsip *syariah*.¹⁴ Penambahan dimensi yang dilakukan oleh Othman dan Owen yaitu *Compliance* atau bahasa lainnya yaitu “*Compliance with Islamic law*”, dalam dimensi tersebut mencakup item-item seperti system operasionalnya dijalankan berdasarkan pada hukum islam, dalam tabungan dan pembiayaan tidak menggunakan praktek riba, adanya pelayanan bebas bunga dan penyediaan produk investasi bagi hasil yang berarti mengukur kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam¹⁵

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji dan membahasnya dalam bentuk laporan skripsi dengan judul” **Analisi Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar)**

¹⁴Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)”, *Skripsi* (Semarang, Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018) h. 7

¹⁵Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House.

B. Rumusan Masaalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana pengaruh **Compliance** (kepatuhan) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar ?
2. Bagaimana pengaruh **Assurance** (jaminan) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar?
3. Bagaimana pengaruh **Reliability** (kehandalan) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar ?
4. Bagaimana pengaruh **Tangible** (bukti fisik) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar?
5. Bagaimana pengaruh **Empathy** (empati) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar?
6. Bagaimana pengaruh **Responsiveness** (daya tanggap) terhadap kepuasan pelayanan pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar ?

C. Hipotesis

Hipotesis yaitu suatu proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau dengan kata lain hipotesis yaitu suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.¹⁶

Adapun dalam penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yaitu:

¹⁶Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi, h. 143

1. Hubungan *Compliance* (kepatuhan) hubungannya dengan kepuasan nasabah

Compliance (kepatuhan) merupakan alat ukur untuk menentukan kemampuan perusahaan sesuai dengan hukum, prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam. Selain itu *compliance* merupakan alat ukur terpenting dalam mengukur kualitas jasa syariah karena kepatuhan terhadap hukum syariah sebagai bentuk eksistensi seorang tunduk dan patuh terhadap hukum agama, yang mengimplementasikan prinsip syariah dalam setiap urusan bisnisnya.¹⁷

Di bank syariah yang termasuk dalam kepatuhan terhadap prinsip Islam yaitu produk dan layanan. Variable *Compliance* akan menjadi modal utama bagi setiap bank untuk mendapatkan kepercayaan nasabahnya dengan menerapkan prinsip syariah dalam pelayanan, produk dan jasanya.

Contohnya yaitu suatu bank syariah menawarkan sistem bagi hasil yang betul-betul sesuai dengan aturan syariah yang kedua belah pihak tidak merasa dirugikan maka nasabah muslim tertarik untuk melakukan investasi di bank syariah jadi *Compliance* dalam hal ini berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *compliance* (kepatuhan) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Muthiya Nurfaridah¹⁸ membuktikan bahwa variabel *Compliance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis satu sebagai berikut:

¹⁷Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. h. 10.

¹⁸Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter “ h. 12

H1 = Compliance (kepatuhan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

2. Hubungan *Assurance* (jaminan) dengan kepuasan nasabah

Assurance (jaminan) merupakan kualitas yang berhubungan dengan kemampuan suatu perusahaan dan sikap setiap karyawannya dalam menjalin hubungan kepada setiap pelanggannya dimana diharapkan setiap pelanggan tertanamkan rasa percaya dan keyakinan bahwa akan mendapatkan pelayanan yang maksimal dari perusahaan.¹⁹

Assurance dalam kaitannya kepuasan terhadap nasabah atributnya yaitu keramahan, kompetensi serta kejujuran. Dengan adanya suatu jaminan kepada nasabah bahwa setiap nasabah akan dilayani dengan baik oleh pihak bank, memberikan rasa aman terhadap nasabah. Sehingga akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Contoh *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu karyawan bank syariah sopan dan ramah dalam melayani setiap nasabahnya tanpa ada yang dibeda-bedakan maka dengan pelayanan maksimal yang diberikan karyawan terhadap nasabah, nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Jadi, Hubungan *assurance* (jaminan) dengan kepuasan nasabah yaitu *assurance* (jaminan) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *assurance* (jaminan) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

¹⁹Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, h. 10.

Penelitian yang dilakukan oleh Fuad Bayu Irawan²⁰ membuktikan bahwa variabel assurance (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis dua sebagai berikut:

H2 = *Assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

3. Hubungan *Reliability* (Keandalan) dengan kepuasan nasabah

Menurut Berry *Reliability* merupakan kualitas pelayanan yang dianggap penting bagi setiap pelanggan. Karenanya *Reliability* merupakan poros dari putaran pembelajaran yang memfokuskan pada lima dimensi kualitas layanan yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas layanan.

Reliability (keandalan) harus sesuai dengan harapan para nasabahnya dimana keandalan yaitu suatu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi keandalan mencakup pelayanan dengan sikap profesional, tepat waktu dan akurat.²¹

Hubungan *reliability* (keandalan) dengan kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *reliability* (keandalan) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Laksmi Pardanawati membuktikan bahwa variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari pemaparan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis tiga

²⁰Fuad Bayu Irawan “Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model Carter Di Kabupaten Banyuma”

²¹Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. h. 10.

sebagai berikut:

H3 = Reliability (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

4. Hubungan *Tangibles* (Wujud fisik) dengan kepuasan nasabah

Tangibles (wujud fisik) yaitu adanya fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan bahan komunikasi yang mendukung dalam proses pelayanan terhadap nasabah.²² Suatu bank harus mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dimensi ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.²³

Terkhusus dalam kualitas jasa factor sarana fisik yang terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan tentunya akan memberikan penilaian pertama bagi setiap nasabahnya bagaimana bank syariah tersebut dapat berpotensi untuk menunjukan fungsinya sebagai tempat pelayanan. Dengan fasilitas yang membuat setiap nasabahnya nyaman dan aman dalam melakukan setiap transaksi maka anggapan dari nasabah bank tersebut telah melaksanakan fungsinya dengan baik.

Hubungan *tangibles* (wujud fisik) dengan kepuasan nasabah yaitu *tangibles* (wujud fisik) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik

²²Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, h. 10.

²³Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh

penerapan *tangibles* (wujud fisik) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Nurul Fitriani²⁴ membuktikan bahwa dalam variabel *tangibles* (wujud fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis empat sebagai berikut:

H4 = Tangibles (wujud fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

5. Hubungan Emphaty (Kepedulian) dengan kepuasan nasabah

Menurut Parasuherman Empathy yaitu bagaimana memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada setiap nasabah dengan upaya memahami keinginan dari setiap nasabahnya.²⁵

Emphaty (kepedulian) yaitu suatu kemampuan bank dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah.²⁶ Dimensi ini melingkupi bagaimana perlakuan para karyawan dapat menumbuhkan sikap kepercayaan nasabah terhadap bank dengan memberikan perhatian secara individu agar nasabah merasa diperhatikan secara khusus.

Hubungan *emphaty* (kepedulian) dengan kepuasan nasabah yaitu *emphaty*

²⁴Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)”h. 7

²⁵A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No, 1988,

²⁶Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, h. 10.

(kepedulian) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan kepedulian yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan suatu nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Muthiya Nurfaridah membuktikan bahwa variabel *emphaty* (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari pemaparan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis lima sebagai berikut:

H5 = *Emphaty* (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah
Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

6. Hubungan *Responsiveness* (daya tanggap) dengan kepuasan nasabah

Menurut Zeithaml, Parasuherman dan Berry daya tanggap adalah suatu kemauan untuk memberikan pelayanan dan memberikan bantuan kepada setiap anggotanya yang segera dan tepat kepada setiap anggota dan penyampaian informasi dengan jelas.²⁷

Responsiveness (daya tanggap) yaitu pemberian bantuan yang tanggap kepada setiap nasabah dan pemberian pelayanan yang cepat.²⁸ Memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada nasabaah dengan usaha penyampaian informasi yang jelas.²⁹ Dimensi ini mencakup bagaimana bank melakukan pelayanan secara

²⁷A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No, 1988,

²⁸Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, h. 10.

²⁹Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang), h.36.

tanggap dan akurat saat ada permintaan, kesulitan dan keluhan dari nasabah. Sehingga akan timbul kepercayaan pada nasabah bahwa pegawai akan selalu membantu dalam setiap transaksi dan kesulitan.

Hubungan *responsiveness* (daya tanggap) dengan kepuasan nasabah adalah *responsiveness* (daya tanggap) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik penerapan *responsiveness* (daya tanggap) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Muthiya Nurfaridah membuktikan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari pemaparan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis enam sebagai berikut:

H6 = Responsiveness (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berjudul “Analisi Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar) untuk menghindari kesalahpahaman dan keberagaman penafsiran terhadap judul penelitian, maka peneliti memberikan definisi operasional terhadap kosa kata tertentu yang terdapat dalam judul, diantaranya sebagai berikut :

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Compliance (Kepatuhan) yaitu suatu bentuk kepatuhan terhadap hukum Islam menjadi syarat pokok perbankan syariah dalam proses operasionalnya, salah satu contohnya yaitu dalam praktik operasionalnya bank syariah tidak menganut prinsip riba.

2. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai bank syariah untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.³⁰

3. *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan suatu bank syariah untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.³¹

4. *Tangible* (Bukti Fisik/Nyata)

Kemampuan suatu bank syariah dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan³².

³⁰A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No, 1988,

³¹A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”.

³²A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”.

5. *Emphaty* (Perhatian)

Bank syariah berupaya memberikan perhatian dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.³³

6. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada setiap nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah³⁴.

E. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu didasarkan pada penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dengan perkembangan dari beberapa variabel dan metode yang digunakan pada penelitian tersebut yang dapat dikaji dari skripsi, tesis maupun jurnal. Penelitian ini mengacu dari beberapa penelitian terdahulu, diantaranya sebagai berikut :

Table 1.3
Kajian Pustaka

No.	Nama, Judul, Sumber Referensi, Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil	Kontribusi Penelitian
-----	--	----------	----------------------	-------	--------------------------

³³A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”.

³⁴A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”.

1.	A. Parasuraman Valarie A. Zeithaml, Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality, Journal of Retailing Vol. 64 No, 1988	1.persepsi konsumen 2. SERQUEL 3. kualitas layanan	Kuantitatif	lima dimensi dalam memprediksi kualitas keseluruhan adalah keandalan yang secara konsisten dimensi paling kritis. Jaminan adalah yang kedua terbanyak Dimensi penting dalam keempat kasus. Tangibles lebih penting dalam kasus bank daripada di tiga perusahaan lain, sedangkan kebalikannya berlaku untuk responsif. Empati adalah dimensi yang paling tidak penting di keempatnya	Dalam penelitian ini terdapat pemurnian skala dan dibagi dalam 5 variabel yang digunakan sebagai tolak ukur kepuasan nasabah, penelitian ini sebagai rujukan dan pedoman dalam metode penelitian.
2.	Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House, Jurnal Internasional Jasa Keuangan Islam Vol. 3. No. 1,	1.kualitas Layanan 2. Bank Syariah 3. Metode CARTER	Kajian Pustaka	model untuk mengukur SQ yang disebut CARTER yang didasarkan pada 34 item. dimana validitas signifikan untuk semua item CARTER yang muncul dalam bobot dan persentase item	Penelitian ini menjadi rujukan variable kepuasan nasabah terutama dalam variabel compliance , sebagai rujukan kajian teori, dan rujukan dalam metode penelitian serta pembuatan questioner.

	2001.			penting. Juga terdapat hubungan yang kuat antara SQ dan kepuasan pelanggan telah dibahas dan studi telah mendefinisikannya sebagai suatu sistem CARTER-item memproses input dan output kepuasan keseluruhan.	
3.	Muthiya Nurfaridah ,Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter, 20118.	1.Kualitas Pelayanan 2. Metode Fuzzy Carter 3. Bank Mandiri Syariah	Kuantitatif fuzzy servqual	nilai tertinggi kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi kualitas pelayanan per kriteria adalah bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu dengan nilai kesenjangan -0.187. Nilai tertinggi kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi kualitas pelayanan per dimensi adalah kehandalan (reliability) sebesar -0.141. kemudian rata-	Penelitian ini sebagai rujukan dalam metode penelitian dimana tingkat kesenjangan (gap) antara harapan konsumen atas pelayanan jasa.

				rata nilai kualitas pelayanan dari seluruh atribut kualitas pelayanan Bank Mandiri Syariah adalah - 0.094	
4.	Fuad Bayu Irawan, Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model Carter Di Kabupaten Banyuma, Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Purwokerto), 2013	1. Kualitas Jasa (model CARTER) 2. Perbankan syariah	Penelitian Lapangan (field research),	variabel compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, dan responsiveness secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas. variabel compliance secara individual dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas.	Penelitian ini sebagai rujukan dalam sistematika penulisan dan penentuan variabel kepuasan nasabah.
5.	Kiki Nurul Fitriani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan	1. Kualitas Pelayanan 2. Dimensi CARTER 3. Kepuasan Nasabah	Kuantitatif	Besarnya pengaruh CARTER terhadap kepuasan nasabah sebesar 63,2%. terdapat pengaruh positif dan signifikan antara	Penelitian ini sebagai rujukan dalam menentukan instrumen penelitian.

	Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)", Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018			CARTER terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel compliance, assurance, tangibles, emphaty dan responsiveness berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Faedah, dan variabel reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan faedah BRI Syariah KCP Majapahit Semarang.	
6.	Agam Suherman, Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh), Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018	1.Kualitas Pelayanan (Model CARTER) 2. Kepuasan Nasabah	Penelitian Lapangan (Field resource)	kualitas pelayanan keandalan (reliability) dan ketanggapan (responsiveness) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan kepatuhan syariah	Penelitian ini sebagai rujukan daftar pustaka, memperjelas dan mempertajam ruang lingkup penelitian.

				(compliance), jaminan (assurance), bukti fisik (tangibles), dan empati (emphaty) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, Model CARTER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 52,1%	
7.	Aidha Trisanty, Analisis Kepuasan Nasabah Pada FT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta,	1.kepuasan Nasabah (Customer satisfaction, compliance,assurance, reliability, tangible, empathy and responsiveness) 2.Bank Tabungan Negara	Kuantitatif	compliance dan assurance merupakan dimensi yang sudah memuaskan nasabah, sedangkan yang dirasa belum memuaskan nasabah adalah dimensi reliability,tangibles, emphaty dan responsiveness	
8.	Yudi Siyamto, Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance	1.Service Quality 2.Importance Perormance Analysis (IPA),	Analisis Kuadran	Keseimbangan Kesetaraan dan Kemudahan dalam menyediakan layanan. Namun	Penelitian ini sebagai perbandingan dalam metode pengukuran kualitas

	Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Terhadap Kepuasan Nasabah, 2017	3. Customer Satisfaction Index (CSI), 4. Customer Satisfaction		keseluruhan layanan yang disediakan oleh bank cukup puas karena 20 atribut, hanya yang kedua yang diprioritaskan. Itu juga terbukti dari hasil metode CSI (Indeks Kepuasan Pelanggan) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 80,80%. Nilainya berada di kisaran 66 hingga 80,99%, sehingga pelanggan secara keseluruhan puas dengan kinerja layanan yang disediakan oleh bank di Surakarta.	pelayanan karena penelitian ini menggunakan metode Service Quality Importance Perormance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), terhadap kepuasan nasabah.
9.	Ramli Ahmaddien, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang, Tesis Universitas Terbuka, 2016	1. Kualitas Pelayanan 2. kepuasan nasabah	Deskriptif	Kualitas pelayanan secara bersamaa- sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana yang paling berpengaruh yaitu dimensi tangible.	Penelitian ini sebagai rujukan daftar pestaka dan sebagai referensi dalam metode penelitian terutama dalam 4 variabel penelitian.
10.	Eko Perilaksono, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap	1.Kualitas Pelayanan (Compliance, Assurance, Realibility,	Field resource	dimensi assurance dan responsiveness memiliki pengaruh yang	Penelitian ini sebagai referensi untuk menyusun instrument penelitian

	Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar), Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta ,2018	Tangible, Emphaty, Responsiveness) 2.Kepuasan anggota		signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota. Namun, dimensi compliance, reliability, tangible dan emphaty tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Studi ini juga menemukan bahwa responsiveness adalah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota BMT Muamalat cabang Jatiyoso.	
11.	Dewi Aprilia Kurniawati Dan Moses Laksono Singgih, Integrasi Servqual, Ipa Dan Qfd Sebagai Sarana Peningkatan Kualitas Pelayanan Unit Pembiayaan Di Bank Syariah, Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXIII, 2015	1.SERVQUAL 2. Importance Performance Analysis (IPA) 3.QFD, 4.Kualitas Layanan.	Kuantitatif	Keseluruhan atribut dari servqual memiliki nilai gap skor servqual yang bernilai negatif, artinya nasabah belum merasa puas dengan pelayanan unit pembiayaan KPR Bank Syariah.	Penelitian ini sebagai perbandingan dalam metode pengukuran kualitas pelayanan karena penelitian ini menggunakan metode Service Quality Importance Performance Analysis (IPA), QFD
12.	Tahreem Noor Khan, Islamic	1.Kualitas layanan	Kajian Pustaka	atribut utama dalam kualitas	Penelitian ini sebagai rujukan

	Banks Service Innovation Quality: Conceptual Model, Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics) Vol.8 (2), July 2016	2. Kepuasan konsumen 3. Inovasi		layanan bank syariah ialah RIBA Service IQ. Penekanan pentingnya motivate, intensi kepercayaan, dinamis, dan inovasi layanan merupakan beberapa hal yang dapat meningkatkan citra atau merek dari keuangan syariah.	daftar pustaka dimana menganggap tidak ada metode kualitas pelayanan yang terbaik perlu kerangka kerja konseptual untuk meningkatkan aspek kualitas inovasi layanan.
--	---	------------------------------------	--	---	--

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penulis yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menguji secara empiris pengaruh *Compliance* (kepatuhan) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar
2. Menguji secara empiris pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar
3. Menguji secara empiris pengaruh *Reliability* (keandalan) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar
4. Menguji secara empiris pengaruh *Tangibles* (wujud fisik) terhadap kepuasan Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

5. Menguji secara empiris pengaruh *Empathy* (kepedulian) terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

6. Menguji secara empiris pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terlibat secara langsung dalam penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian yang dilakukan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode CARTER serta dapat menjadi tolak ukur kemampuan diri menerapkan berbagai teori lembaga keuangan yang telah diperoleh dibangku kuliah.

2. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode CARTER agar dapat meningkatkan kualitas jasa pelayanan.

3. Bagi Pembaca Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu analisis kualitas pelayanan menggunakan metode CARTER

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Manajemen Mutu Atau Kualitas*

Kamus Besar Bahasa Indonesia Mutu atau kualitas yaitu suatu ukuran baik buruk suatu benda kadar , taraf atau derajat berupa kepandaian, kecerdasan, kecakapan, dan sebagainya.³⁵ Menurut Crosby, mutu atau kualitas adalah sesuatu yang sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila memiliki standar kualitas yang telah ditentukan. Kualitas sebagai bentuk kesesuaian dengan kebutuhan pasar dan konsumen.³⁶ Sedangkan Menurut W Edward Deming, Mutu ialah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan dikatakan bermutu jika perusahaan yang menguasai pangsa pasar karena hasil produksinya sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka mereka akan setia dalam membeli produk perusahaan baik berupa barang maupun jasa.³⁷

Bersarkan pengertian mutu atau kualitas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mutu merupakan suatu kebutuhan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan

³⁵Khoirunnisa “Implementasi Manajemen Mutu Terpadu Di Sdit Insan Mandiri Jakarta Implementation Of Total Quality Management At Sdit Insan Mandiri Jakarta” *Jurnal Manajemen Pendidikan*. h.949

³⁶Syarifuddin “Total Quality Manajement (Tqm) Sebagai Manajemen Mutu Alternatif Pada Program Studi Pendidikan Bahasa Arab” *Jurnal Universitas Yudharta Pasuruan*, h. 22.

³⁷Ella Siti Chaeriah “Manajemen Berbasis Mutu” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4. No. 2 Mei 2016, h. 2.

sepenuhnya terhadap suatu barang yang dibutuhkan atau mutu merupakan suatu ukuran yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk.

Pengertian Sistem Manajemen Mutu menurut Gasperz adalah “Suatu Sistem Manajemen Mutu merupakan sekumpulan prosedur terdokumentasi dan praktek-praktek standar untuk manajemen sistem yang bertujuan menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk (barang/jasa) terhadap kebutuhan atau persyaratan itu ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan atau organisasi” Sistem Manajemen Mutu mendefenisikan bagaimana organisasi menerapkan praktek-praktek manajemen mutu secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pasar.³⁸

Manajemen Mutu atau kualitas dibentuk dari struktur organisasi, dokumentasi, prosedur dan alat-alat yang terdapat di dalam suatu organisasi. Dengan tujuan agar dapat memberikan transparansi mengenai struktur organisasi, prosedur, dan alat alat organisasi yang kemudian dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sistem manajemen mutu merupakan suatu alat yang diterapkan dalam suatu organisasi, yang diterapkan untuk memberikan suatu transparansi mengenai aktivitas dalam organisasi. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kepuasan, dan dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan dan pasar.³⁹ Kualitas tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan kesesuaian dengan spesifikasi-spesifikasi tertentu, tetapi kualitas tersebut ditentukan oleh pelanggan. Dimana pelanggan sendiri meliputi pelanggan internal dan eksternal. Kebutuhan

³⁸ Ella Siti Chaeriah “Manajemen Berbasis Mutu”, h. 3.

³⁹ Ella Siti Chaeriah “Manajemen Berbasis Mutu”, h. 3.

pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek.⁴⁰

B. *Kualitas Jasa*

1. Pengertian Kualitas Jasa

Definisi-definisi kualitas merupakan suatu usaha bank untuk menunjukkan bahwa setiap orang memerlukan definisi operasional mengenai kualitas. Definisi operasional yaitu suatu deskripsi dalam ukuran-ukuran yang dikuantifikasikan mengenai apa yang diukur dan langkah-langkah yang perlu dilakukan agar dapat mengukurnya secara konsisten. Tujuan pengukuran ini adalah untuk menentukan kinerja aktual proses tersebut.⁴¹

Meski tidak adanya definisi tentang kualitas yang dapat diterima secara universal, tapi dalam setiap pengertian kualitas terdapat elemen-elemen yang harus terpenuhi diantaranya sebagai berikut:

- a. Kualitas meliputi suatu usaha agar dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah.
- b. Kualitas mencakup pada bagian produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas merupakan kondisi yang setiap saat dapat selalu berubah

Berdasarkan elemen- elemen tersebut Tjiptono mengutip definisi kualitas jasa

⁴⁰Khoirunnisa “Implementasi Manajemen Mutu Terpadu Di Sdit Insan Mandiri Jakarta Implementation Of Total Quality Management At Sdit Insan Mandiri Jakarta” *Jurnal Manajemen Pendidikan*. h.951.

⁴¹Husna Ainu Syukri, Siti., “Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja”, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No. 2, Des 2014

dari Lewis dan Booms dimana ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁴²

Sedangkan menurut International Standard Organization (ISO) 900 kualitas merupakan “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirement* (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan)”. Persyaratan yang dimaksud dalam kualitas yaitu “*need or expectation that is stated, generally implied or obligatory* (suatu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib)”.⁴³

Menurut Parasuraman dalam penelitian model SERVQUAL mendefinisikan bahwa kualitas adalah suatu penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa” kualitas yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.⁴⁴

Sedangkan menurut Goetsh dan Davis mendefenisiskan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses,

⁴²Yudi Siyamto “Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dan Customer Satification Index (CSI) Terhadap kepuasan Nasabah” h.65.

⁴³Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)” h.10.

⁴⁴Herni Justiana Astuti “Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model)” *jurnal*.

dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁴⁵

Jadi, menurut penulis kualitas adalah penggabungan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana kualitas jasa yang diberikan dapat memenuhi persyaratan kebutuhan nasabah. Dimana, dalam hal ini nasabah yang menentukan dan memberikan penilaian berapa persen sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Jasa

Parasuraman berpendapat bahwa dalam kualitas jasa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhinya, yaitu *expected service* dan *perceived service*, dimana jasa yang didapatkan atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dinyatakan baik dan memuaskan. Selanjutnya, jika jasa yang diterima melampaui dari apa yang diharapkan oleh nasabah (*expected service*), maka kualitas jasa dinyatakan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang didapatkan dibawah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dinyatakan buruk, dari hal tersebut akan memunculkan perbedaan atau kesenjangan kualitas antara kinerja jasa dan harapan pelanggan.⁴⁶

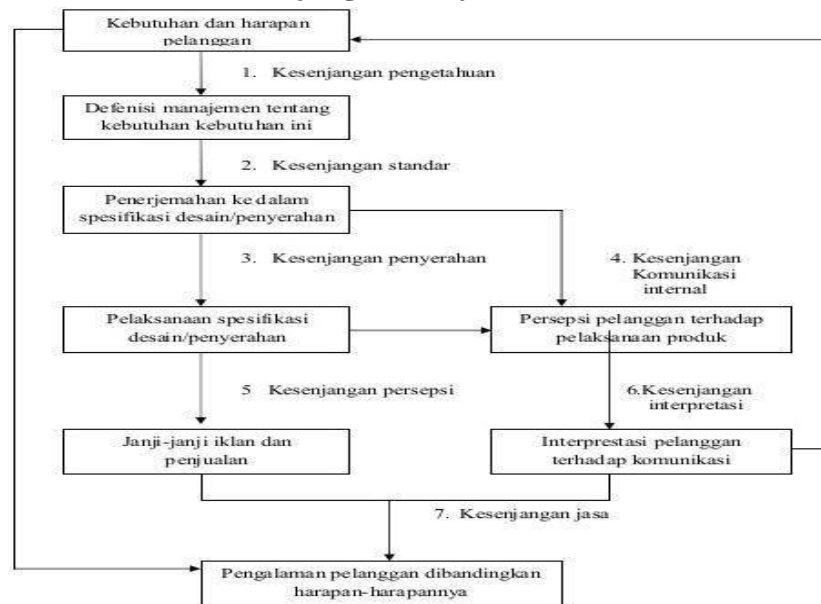
Lovelock berpendapat adanya kesenjangan jasa merupakan suatu hal yang penting, dimana kesenjangan ini yang dijadikan sebagai penilaian nasabah secara keseluruhan terhadap apa yang diharapkan terhadap apa yang diterima atau

⁴⁵Yudi Siyamto “Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (Ipa)* Dan *Customer Satisfaction Index (Csi)* Terhadap Kepuasan Nasabah, h. 65

⁴⁶Eko Pebrilaksono “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)” h. 74

didapatkan. Tujuan utama dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan jasa yaitu usaha untuk memperkecil kesenjangan. Untuk mencapai tujuan tersebut, penyedia jasa harus mengurangi atau menghilangkan ketujuh kategori kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu sebagai berikut.⁴⁷

Gambar 2.1
Kesenjangan Pelayanan Jasa



Sumber: Lovelock

a. Kesenjangan pengetahuan

Kesenjangan pengetahuan terjadi apabila adanya perbedaan antara apa yang diyakini penyedia jasa akan apa yang diharapkan oleh nasabah dengan kebutuhan dan harapan nasabah yang sebenarnya.

b. Kesenjangan standar

⁴⁷Muthiya Nurfaridah "Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter "h.20

Kesenjangan standar terjadi apabila terjadi perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan nasabah dengan standar kualitas jasa dimana spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas.

c. Kesenjangan penyampaian jasa

Kesenjangan penyampaian jasa terjadi apabila adanya perbedaan antara kinerja penyedia jasa yang sesungguhnya dengan standar penyampaian jasa yang ditentukan.

d. Kesenjangan komunikasi

Kesenjangan komunikasi terjadi apabila adanya perbedaan antara penyampaian jasa dan yang benar-benar ditemukan nasabah.

e. Kesenjangan persepsi

Kesenjangan persepsi terjadi apabila adanya perbedaan antara apa yang benar-benar diberikan dengan apa yang dianggap nasabah telah mereka terima hal ini disebabkan karena para nasabah tidak dapat menilai jasa secara akurat.

f. Kesenjangan interpretasi

Kesenjangan interpretasi terjadi apabila adanya perbedaan antara apa yang sesungguhnya dijanjikan penyedia jasa dalam upaya-upaya komunikasinya dengan apa yang nasabah pikir telah dijanjikan dalam komunikasinya.

g. Kesenjangan pelayanan

Kesenjangan pelayanan terjadi apabila adanya perbedaan antara apa yang diharapkan nasabah akan mereka terima dan persepsi mereka terhadap jasa yang

benar-benar diberikan.⁴⁸

Pemberian skor pada setiap dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) dapat menentukan sejauh mana tingkat kesenjangan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa kepada nasabah. dalam hal ini, nilai SERVQUAL diperoleh dengan memberi penilaian pada setiap bagian, baik bagian harapan maupun bagian persepsi yang didapatkan melalui pembagian kuisioner kepada responden dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Skor Gap} = \text{Persepsi Konsumen} - \text{Harapan Konsumen}$$

Selanjutnya, Hasil dari penilaian responden diolah kemudian dapat diketahui nilai suatu kualitas pelayanannya. Dan dari hasil tersebut terdapat tiga kemungkinan yang dapat terjadi yaitu:

- a. Jika dalam hasil perhitungan yang didapatkan positif, berarti harapan nasabah telah terlampaui dalam pemenuhannya. Jika angka yang didapatkan semakin positif, maka berarti semakin baik kualitas layanan tersebut berdasarkan penilaian nasabah.
- b. Jika dalam hasil perhitungan yang didapatkan nol, berarti harapan pelanggan telah terpenuhi.
- c. Jika dalam hasil perhitungan yang didapatkan negatif, berarti pemberi jasa masih belum mampu memenuhi harapan dari nasabah.⁴⁹

⁴⁸Herni Justiana Astuti “ Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model)” *Jurnal*.

⁴⁹Aidha Trisanty “Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 15, No.9, April 2014, h. 1977.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yaitu adanya kesesuaian antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang dirasakan. Kedua yang menjadi point utama yang menentukan kesenjangan kualitas pelayanan yaitu, tingkat kesenjangan yang diharapkan dan yang diberikan jika kesenjangan bernilai positif maka jasa yang diberikan sudah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya jika nilai negatif maka jasa yang diberikan belum sesuai dengan harapan pelanggan. Sebaliknya.

Sedangkan Kotler berpendapat dalam hal mengidentifikasi kesenjangan terdapat lima kategori yang dapat mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu sebagai berikut:

- a. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.⁵⁰

Dari kategori kesenjangan kualitas diatas dapat menghambat bahkan merusak hubungan penyedia jasa dengan nasabah. Penyedia jasa perlu melakukan praktek secara umum seperti konsep strategis, sejarah komitmen manajemen puncak terhadap mutu, standar yang tinggi, sistem untuk memantau kinerja jasa, dan keluhan

⁵⁰Muthiya Nurfaridah "Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter h.28

pelanggan, serta penekanan pada kepuasan pegawai untuk menghindari ketujuh kesenjangan tersebut. Upaya menghindari kesenjangan jasa dalam setiap penyerahannya akan membantu suatu penyedia jasa meningkatkan nama baik perusahaan dalam hal menjaga jasa yang bermutu.⁵¹

3. Dimensi Kualitas Jasa

Beberapa pakar dalam bidang pemasaran seperti Parasuraman, Zeithalm, dan Berry telah melakukan berbagai penelitian terkhusus pada beberapa jenis jasa dan diidentifikasi sebanyak 10 faktor yang dianggap mempengaruhi kualitas jasa antara lain yaitu:

- a. *Reliability*, dimana dalam hal ini mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
- b. *Responsiveness*, adalah suatu kemauan para pemberi jasa untuk memberikan jasa yang dibutuhkan nasabah .
- c. *Tangibles*, adalah suatu bentuk bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, dan representasi fisik dari jasa.
- d. *Security*, yaitu suatu rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguguan. Dimana dalam aspek ini meliputi keamanan baik secara fisik, finansial, dan kerahasiaan.

⁵¹Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h. 14

- e. *Credibility*, adalah suatu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, contact personel, dan interaksi dengan nasabah.
- f. *Communication*, adalah suatu upaya pemberian informasi kepada nasabah dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta berusaha untuk selalu mendengar keluhan dan saran pelanggan.
- g. *Understanding knowing the Costume*, yaitu usaha untuk memahami masing- masing kebutuhan nasabah.
- h. *Competence*, adalah dimana setiap orang dalam penyedia jasa memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- i. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui.
- j. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact person.⁵²

Berdasarkan sepuluh dimensi kualitas layanan di atas terdapat beberapa dimensi yang saling tumpang tindih, sehingga Parasuherman dkk menyimpulkan terdapat lima dimensi kualitas layanan yang lebih sederhana yang pada umumnya model ini dijadikan sebagai pengukuran kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan. Kelima dimensi tersebut diantaranya :

⁵²Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh) h.17

a. *Assurance* (jaminan)

Kotler mengacu definisi *assurance* yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. yang artinya pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan. Dengan adanya pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki para karyawan diharapkan dapat membangun etika komunikasi baik yang diperlukan perusahaan. Peningkatan kepercayaan nasabah kepada bank syariah akan memudahkan karyawan dalam menginformasikan produk produk atau jasa-jasanya kepada nasabah. selanjutnya nasabah secara spontanitas akan membandingkan informasi yang ia dapat dengan pengalamannya setelah menggunakan jasa bank tersebut.⁵³

b. *Reliability* (keandalan)

reliability (keandalan) yaitu kemampuan suatu bank untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan yang baik bahwa kinerja dari bank tersebut terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan-kemudahan bagi nasabahnya.⁵⁴ pada dasarnya kinerja setiap bank harus sesuai dengan yang diharapkan oleh setiap nasabah diantaranya dengan ketepatan waktu, setiap nasabah diberikan pelayanan yaang sama , selalu amanah dan terjamin, serta sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

⁵³Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h.1

⁵⁴Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House.

Keandalan pada dasarnya merupakan inti pada kualitas jasa, karena setiap nasabah melakukan penilaian dari setiap pengalaman yang mereka dapatkan dalam menggunakan jasa bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu dalam menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara andal dan akurat.⁵⁵

c. Tangibles

Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal baik itu berupa penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi. Bukti fisik yaitu suatu tampilan fisik dari bank syariah yang akan menonjolkan suatu identitas sekaligus sebagai pendorong awal dalam menciptakan kesan pada nasabah terhadap bank tersebut.⁵⁶

Kemampuan sarana dan prasarana serta penampilan merupakan bukti fisik bank syariah yang dapat diandalkan sebagai pelayanan baik yang diberikan kepada nasabahnya, seperti dengan adanya kelengkapan fasilitas fisik (gedung, teknologi, dan lain-lain). terkhusus pada bank syariah bukti fisik lainnya harus ditunjukkan oleh para karyawannya dalam bentuk cara berpakaian sesuai syar'i, hal tersebut juga merupakan bagian yang penting menurut Islam.

Profesionalitas dari suatu bank syariah dapat dilihat dengan bukti fisik yang dimiliki, karena hal ini memiliki konsekuensi bagi bank syariah yang akan dianggap belum profesionalitas ketika belum mampu menampilkan bukti fisik dalam

⁵⁵Eko Pebrilaksono "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)

⁵⁶Agam Suherman "Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh) h.28.

penyampaian jasanya kepada nasabah. Oleh sebab itu, bank syariah harus mengkreasikan bentuk fisik yang dimiliki dalam menunjang operasionalnya sehingga para nasabah akan merasa nyaman dan percaya dengan bank tersebut. Hal lainnya yang juga dapat menunjang operasional bank syariah adalah fasilitas yang dimilikinya seperti ketersediaan ATM, fasilitas ruang tunggu yang nyaman, jaringan internet yang mendukung, gedung yang nyaman dan bersih, dan lainnya akan memudahkan dalam bertransaksi untuk nasabahnya.⁵⁷

d. *Emphaty* (empati)

Empathy yaitu suatu kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi setiap nasabaahnya. Menurut Lupiyoadi pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi, termasuk berupaya memahami keinginan konsumen termasuk dalam empathy. Para karyawan bank syariah diharapkan memiliki pengertian serta pengetahuan yang tinggi bagi setiap nasabahnya, dapat memahami kebutuhan nasabah dengan spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabahnya⁵⁸ Bank syariah dalam menjalankan operasionalnya harus memberikan perhatian yang khusus disertai dengan sikap komunikatif dan kepahaman terhadap kebutuhan nasabahnya.

e. *Responsiveness* (ketanggapan)

Responsiveness (daya tanggap) yaitu kemampuan suatu bank syariah untuk

⁵⁷Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter h.35.

⁵⁸Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h.29

membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat ditambahkan dengan pemberian informasi yang jelas. Dalam prinsip Islam mengajarkan bahwa bank syariah dalam memberikan pelayanan yang baik harus memiliki komitmen yang tinggi, sehingga ketika tidak dapat ditepati maka berisiko akan ditinggalkan oleh nasabahnya.

Pada dasarnya daya tanggap merupakan salah satu bagian dari profesionalitas, sehingga bank syariah yang profesionalitas akan memiliki komitmen yang tinggi untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, memperhatikan harapan serta masukan dan senantiasa merespon dengan cepat dan tepat, sehingga hal itu akan menciptakan kepuasan bagi para nasabahnya.⁵⁹

C. Model CARTER

Model CARTER merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur layanan kualitas perbankan yang berguna sebagai alat penilaian kualitas yang dalam pengukurannya memasukkan aspek syariah.⁶⁰ Model ini sebagai bentuk pengembangan dari model SERVQUAL hal ini karena model SERVQUAL dianggap kurang cocok diterapkan bagi perbankan syariah yang dalam pengoprasiaannya berlandaskan pada aspek syariah.

Oleh karena itu, jika model SERVQUAL terdapat lima dimensi yang

⁵⁹Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh) h.28.

⁶⁰Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter)

digunakan dalam pengukuran kualitas jasa (*assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*), maka dalam model CARTER yang dalam pengukurannya menggunakan enam dimensi dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (*sharia compliance*) sehingga model ini terdiri dari *compliance, assurance, sharia reliability, tangible, empathy, dan responsiveness*. Keenam dimensi ini kemudian dijabarkan menjadi :

a. *Compliance* (kepatuhan)

Dalam penelitian Othman dan Owen berpendapat bahwa *compliance* (kepatuhan) yaitu kemampuan suatu bank untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.⁶¹ Dimensi *compliance* menunjukkan kemampuan suatu bank syariah dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah yang berlaku dalam menjalankan seluruh proses operasionalnya.

Hal tersebut dapat dilihat dengan tidak adanya transaksi yang berbau riba atau bunga baik dalam produk tabungan maupun pembiayaannya. Selanjutnya tidak melakukan kegiatan investasi yang diharamkan dalam Islam seperti usaha perdagangan minuman keras, judi, dan prostitusi. Selain itu dimensi ini setiap bank syariah dituntut hanya melakukan kegiatan yang halal atau diperbolehkan dalam prinsip Islam dalam seluruh kegiatan operasionalnya.

Selain itu, pengetahuan karyawan tentang praktik-praktik ekonomi yang sesuai dengan aspek syariah akan meningkatkan kepatuhan mereka terhadap

⁶¹ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House/

perintah dan larangan, kepatuhan hanya melakukan kegiatan yang halal dan meninggalkan yang haram, sehingga dengan demikian dapat menciptakan kepribadian yang penuh moral dan etika.⁶²

b. *Tangibles* (bukti fisik),

Tangibles (bukti fisik) dimana adanya kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Baik itu berupa bentuk penampilan atau kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diunggulkan dalam keadaan lingkungan sekitarnya dapat dijadikan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa tersebut.⁶³ Dalam ajaran agama Islam mengajarkan tentang pentingnya bagi para perusahaan dalam menjalankan operasional memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal berpakaian, berperilaku atau beretika.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-A'raf ayat 26:

يُنَبِّئُ عَادَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَءَكُمْ وَرِبَاشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ٢٦

Terjemahnya:

“Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS Al-A'raf ayat 26).⁶⁴

⁶²Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh) h.1

⁶³Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h.19.

⁶⁴Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010, h. 153

c. *Reliability* (keandalan)

Reliability (keandalan) dimana suatu keadaan adanya kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memberikan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimana bentuk kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, serta dengan akurasi yang tinggi.⁶⁵

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ
مَا تَفْعَلُونَ ٩١

Terjemahnya:

“Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (QS. An-Nahl ayat 91)⁶⁶

Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada setiap Muslim untuk menunaikan amanah.

d. *Responsiveness* (daya tanggap),

Responsiveness (daya tanggap) dimana disetiap kebijakan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada

⁶⁵Zainul Arifin,” Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah” (Jakarta: Pustaka Alvabet, Cet. ke-4, 2006) h.96

⁶⁶Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010, h.277.

nasabah, dengan penyampaian informasi secara jelas. Islam menganjurkan untuk bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyiakan amanat yang ditanggungnya.

Sebagaimana firman Allah QS.Al-Isra ayat 34 :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا
٣٤

Terjemahnya:

*“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungan jawabnya”*⁶⁷

e. Assurance (jaminan)

Assurance (jaminan) dimana suatu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Dalam ajaran islam sendiri mengajarkan tentang bagaimana memberikan pelayanan harus bersikap lemah lembut, hal tersebut dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Al-Imran ayat 159).⁶⁸

⁶⁷Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010, h. 285.

⁶⁸Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010, h. 71

Pemberian pelayanan kepada nasabah, seorang pemberi jasa harus menjaga keramahtamahan dan kesopanan. Terkadang seorang tertarik menggunakan jasa dikarenakan keramahtamahan yang diperlihatkan oleh perusahaan

f. *Empathy* (empati)

Empathy (empati) dimana setiap pekerja diharapkan mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan setiap nasabah Oleh karena itu, setiap pemberi jasa hendaknya memiliki pengertian dan juga pengetahuan secara spesifik tentang para nasabahnya termasuk didalamnya waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah tersebut.⁶⁹ Allah SWT menyerukan kepada hambanya untuk selalu berlaku adil dan berbuat baik kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS An-Nahl ayat 90:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَنِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ٩٠﴾

Terjemahnya:

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.” (QS. An-Nahl ayat 90).*⁷⁰

D. Perbankan Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Pengertian bank syariah sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 21 Tahun

⁶⁹Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)h.20.

⁷⁰Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010, h.277.

2008 tentang Perbankan Syariah,

“Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank syariah sendiri adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.”⁷¹

UU No. 21 Tahun 2008 menjelaskan tentang Perbankan Syariah perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.”⁷²

Bank syariah disebut juga sebagai bank Islam maksudnya bank yang dalam proses pengoprasiaannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang mengacu pada ketentuan yang ada dalam Al-Qur’an dan Hadist. Ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.⁷³

2. Fungsi dan Jenis Bank Syariah

Fungsi utama bank syariah hampir sama dengan bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat

⁷¹Gemala Dewi “ Aspek- Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah Di Indonesia “ (Cet. V; Depok: Kencana 2017)h. 171

⁷²Gemala Dewi “ Aspek- Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah Di Indonesia “ (Cet. V; Depok: Kencana 2017)h. 171

⁷³Ismail “Perbankan Syariah” Jakarta: Kencana, 2011, Cet. ke-1, h. 3.

untuk berbagai tujuan atau sebagai *financial intermediary*.⁷⁴ Secara lebih spesifik susilo menjelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut :

a. Agent of trust

Hal yang paling mendasari dari kegiatan suatu bank syariah yaitu trust atau kepercayaan, hal itu menyangkut dari segala aspek baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan menitipkan dananya di bank apabila dilandasi oleh adanya unsur kepercayaan.

b. Agent of development

Sektor moneter dan sektor riil dalam aspek perekonomian masyarakat adalah suatu haal yang tidak dapat dipisahkan. Dimana kedua sektor tersebut harus saling berinteraksi dan saling mempengaruhi satu samalainnya agar dapat mewujudkan tujuan pembangunan bangsa.

c. Agent of services

Selain melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana sebagaimana mestinya. bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat.yang tentunya jasa- jasa yang ditawarkan erat kaaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat, contohnya pengiriman uang, penitipan barang berharga, jasa penjaminan.⁷⁵

Selain fungsi dari bank terdapat juga jenis bank syariah jikaa ditinjau dari

⁷⁴Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter, h.23

⁷⁵Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter “h.23

segi fungsinya terdapat tiga jenis yaitu :

- a. Bank Umum Syariah Bank Umum Syariah (BUS) yaitu bank yang dalam menjalankan aktivitasnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran.
- b. Unit Usaha Syariah Unit Usaha Syariah (UUS) yaitu unit usaha yang dibentuk oleh bank konvensional, akan tetapi dalam aktivitasnya menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah, serta melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran.
- c. Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu bank yang dalam proses pelaksanaan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁷⁶

3. Prinsip Bank Syariah

Menurut Veithzal dalam menjelaankan aktifitasnya terdapat prinsip- prinsip perbankan syariah diantaranya :

a. Prinsip keadilan,

Dimana dalam prinsip ini tercermin dari bagaimana penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.

b. Prinsip kemitraan

Bank syariah dalam menjalankan segala kegiatannya memposisikan nasabah

⁷⁶Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang) h.27.

penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank yang sederajat sebagai mitra usaha. Hal ini digambarkan dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.

c. Prinsip ketentraman

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah dalam muamalah islam, diantaranya tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Maka, prinsip ketentraman akan dapat dirasakan bagi setiap nasabah baik secara lahir maupun batin.

d. Prinsip transparansi/keterbukaan,

Dengan adanya laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank. Sehingga dalam proses kegiatannya prinsip keterbukaan dapat terlaksana.

e. Prinsip universalitas

Bank Syariah dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak boleh membedakan suku agama, ras, golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip islam sebagai rahmatan lil alamin.

f. Tidak ada riba (non-usurious).

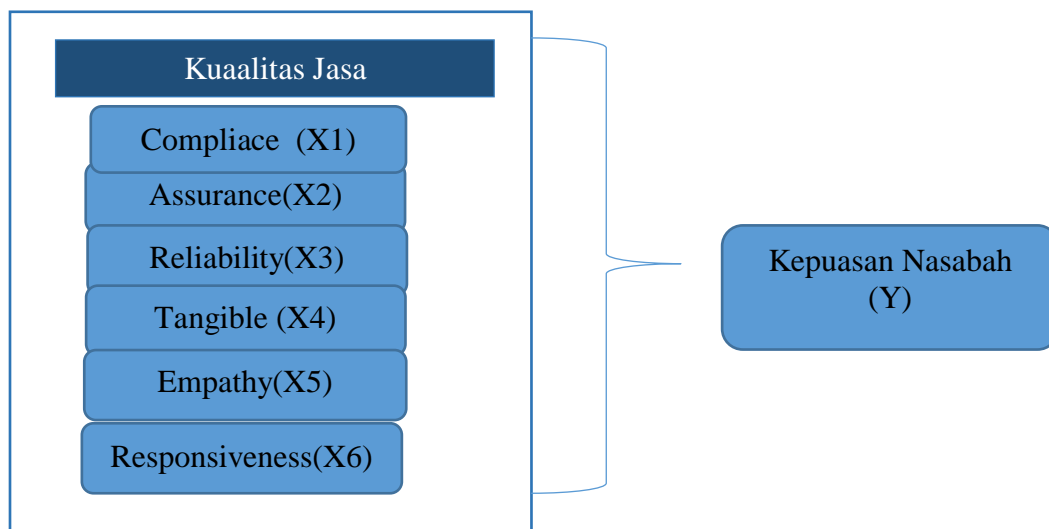
g. Laba yang wajar (legitimate profit)⁷⁷

E. Kerangka Fikir

⁷⁷Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang) h.27

Kerangka teori dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Othman dan Owen, terdapat enam variabel pengukuran kualitas pelayanan yaitu dengan menggunakan model CARTER yang terdiri dari *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (keandalan), *Tangibles* (wujudfisik), *Empathy* (kepedulian) dan *Responsiveness* (daya tanggap).⁷⁸

Gambar 2.2
Kerangka Fikir



Dari susunan kerangka teoritis dapat dijelaskan bahwa dalam Kualitas pelayanan terdapat 6 dimensi diantaranya, *Compliance* sebagai variabel X1, *Assurance* sebagai variabel X2, *Reliability* sebagai variabel X3, *Tangibles* sebagai variabel X4, *Empathy* sebagai variabel X5, dan *Responsiveness* sebagai variabel X6. dan kepuasan nasabah dalam menabung sebagai variabel Y.

⁷⁸ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House

Kualitas pelayanan dapat menjadi suatu alat ukur dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah dan seberapa berpengaruh tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta sesuai dengan harapan nasabah. jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah melebihi dari apa yang diharapkan maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan jauh dibawah harapan nasabah, maka nasabah akan merasa kecewa.⁷⁹

⁷⁹Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)h.32

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana metode penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, penelitian kuantitatif biasa digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸⁰

Selanjutnya, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan terjun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah cabang Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti, menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar. Dimana dalam Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy dan Responsiveness* terhadap tingkat kepuasan nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI

⁸⁰Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, Cet. ke-23,2016). h. 8

Syariah Cab. Makassar. Jadi objek dari penelitian ini yaitu nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar. Sedangkan yang menjadi subjek penelitian yaitu tingkat kepuasan Nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung yang berasal dari objek penelitian.⁸¹ Sedangkan dalam penelitian ini, objek penelitian yaitu nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar. Data primer ini didapatkan dari hasil pengisian kuesioner oleh nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitian.⁸² Data sekunder yang dipakai dalam penulisan ini adalah data-data yang berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian yang terkait dengan tema, internet maupun dari makalah-makalah. dalam penelitian ini data diperoleh selain dari para responden juga didapatkan dari jurnal, surat kabar (koran), laporan keuangan yang disediakan perusahaan, akses lewat internet dan dari sumber

⁸¹Danang Sunyoto, Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, ed. 1, Yogyakarta:Graha Ilmu, Cet. ke-1, 2013, h. 131

⁸²Soejono dan Abdurahman, Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 13.

lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan Bank BNI Syariah cab. Makassar

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto populasi yaitu keseluruhan suatu subjek penelitian yang berhubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian.⁸³ Sedangkan menurut Sugiyono populasi yaitu suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian di pelajari dan ditarik kesimpulanya.⁸⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Tabungan Ib Hasanah Bank BNI Syariah Cab. Makassar yang menggunakan jasa bank tersebut baik menyimpa dana maupun yang meminjam dana pada bank ini.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap mewakili populasi secara keseluruha⁸⁵ Penentuan besaran sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10%.

dimana :

⁸³Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah “Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” (Jakarta: Rajawali, Cet. ke-7, 2012)h. 137-138

⁸⁴Ikfi Akmalia “Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang” *Jurnal Manajemen Bisnis* ,(Vol. 2 No. 01, April 2012) h. 74

⁸⁵Aidha Trisanty “Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 15, No.9, April 2014, h. 1979.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan

$$n = \frac{92453}{1 + 924}$$

$$n = \frac{92453}{925}$$

$$n = 99,9$$

Jadi jumlah sampel yaitu 99,9 dibulatkan menjadi 100 responden

3. Pengambilan sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu metode *non probability sampling* dimana dalam pengambilan sampel dari sebuah populasi yang tidak membuka kemungkinan peluang semua individu di dalam populasi untuk menjadi sampel.⁸⁶ Dalam penelitian ini menggunakan jenis dari teknik *convenience sampling*.

Nawawi berpendapat *convenience sampling* yaitu dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan lebih dahulu tapi langsung mengumpulkan data dari unit *sampling* yang ditemuinya, kemudian setelah jumlahnya mencukupi pengumpulan datanya dihentikan.⁸⁷ *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel

⁸⁶Sugiam A. Gima. “*Metode Riset Bisnis dan Manajemen*”. Bandung: Guardaya Intimarta. 2008.

⁸⁷Hadari Nawawi. “*Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*”.

yang dilakukan berdasarkan faktor spontanitas.⁸⁸ Teknik ini mengambil beberapa sampel dengan cara tidak sengaja yang bertemu dengan peneliti di tempat objek penelitian yaitu di Bank BNI Syariah Cab. Makassar

C. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (independen)

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dengan menggunakan 6 dimensi yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy* dan *Responsiveness*. Menurut Othman & Owen model CARTER merupakan suatu pengukuran yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah yang terdiri dari 6 dimensi, yaitu:

- a. *Compliance* (X1), yaitu kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.
- b. *Assurance* (X2), merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- c. *Reliability* (X3), merupakan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, sehingga nasabah akan memberikan kesan bahwa kinerja dari bank terjamin dan amanah, tepat, serta memberikan kemudahan bagi nasabahnya.

⁸⁸Hadari Nawawi. “*Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*”. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2001

- d. *Tangibles (X4)*, merupakan penampilan fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi serta juga dapat berkenaan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- e. *Emphaty (X5)*, merupakan kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
- f. *Responsiveness(X6)*, merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat ditambahkan dengan pemberian informasi yang jelas.

Penelitian ini menggunakan sebanyak 35 komponen dari ke enam dimensi CARTER yang bersumber dari berbagai peneliti sebelumnya, kemudian peneliti membagi ke 35 komponen tersebut ke dalam kelompok sebagai berikut:

Tabel 3.1

Pembagian Komponen Dimensi CARTER

No.	Dimensi	Komponen
1.	Compliance (x1)	Akad/kesepakatan sesuai dengan syariat Islam
		Menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah
		Memberikan pinjaman bebas bunga
		Tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan
		Menyediakan bagi hasil pada produk investasi
2.	Assurance (x2)	Karyawan bersikap sopan pada nasabah
		Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi
		Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah

		Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaannya tanpa melakukan kesalahan
		Kemudahan nasabah dalam memperoleh informasi rekening
		Menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah
		Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin bagi nasabah
3.	Reliability (x3)	Adanya penambahan teller pada jam sibuk
		Memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan
		Kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah
		Ketepatan dalam melakukan pencatatan transaksi nasabah
		Waktu (jam) layanan yang optimal
		Kualitas ATM yang baik
4.	Tangible (x4)	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman
		Loket pelayanan yang bersih dan nyaman
		Penggunaan sistem antrian digital yang baik
		Jumlah mesin ATM yang memadai
		Penggunaan teknologi secara baik dalam operasional bank
		Peletakan brosur, slip setoran dan penarikan yang tertata dengan baik
		Area parkir yang tersedia sudah memadai
5.	Emphaty (x5)	Kesamaan perlakuan terhadap nasabah
		Selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah
		Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi
		Penggunaan bahasa yang tidak menyakiti nasabah
		Nasabah merasa dimudahkan dengan layanan e-banking
6.	Responsiveness (x6)	Karyawan teliti dalam memberikan pelayanan

		Kecepatan pelayanan karyawan terhadap nasabah
		Kemauan para karyawan dalam membantu nasabah
		Karyawan selalu memberikan respon yang baik dalam menanggapi keluhan nasabah
		Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (Dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas.⁸⁹ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (*customer satisfaction*). Menurut Kotler kepuasan pelanggan merupakan nilai perasaan seseorang melalui pengalamannya dengan membandingkan antara kinerja yang ia terima dengan harapannya.⁹⁰

D. Defenisi Operasional

Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian
Tabel 3.2

Variabel Penelitian		Defenisi Operasional	Indikaator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan	Compliance (X1)	Kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip- prinsip perbankan dan ekonomi islam	Produk dan layanan berdasarkan Prinsip syariah	Skala likert
	Assurance (X2)	Pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.	-Pengetahua - Kesopanan - Keamanan	Skala Likert

⁸⁹Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*”....., h. 38.

⁹⁰Philip Kotler. Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets. New York, NY: Free Press. 1999

	Reliability (X3)	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	- Keakuratan - Profesional - Kenyamanan	Skala Likert
	Tangibles (X4)	Kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya	- Kantor - Fasilitas - Kerapian	Skala Likert
	Empathy (X5)	Kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan	- Perhatian - Kepedulian	Skala Likert
	Responsiveness (X6)	Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.	- Kecepatan - Ketepatan - Tanggap	Skala Likert
Kepuasan nasabah (Y)		perbandingan antara harapan nasabah sebelum menggunakan jasa dan hasil setelah menggunakan jasa.	-Sistem -Syariah - Produk - Fasilitas - Pelayanan	Skala Likert

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari beberapa teknik yaitu :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner berisikan pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden.⁹¹

Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁹² Dalam penelitian ini kuesioner penelitian diberikan secara langsung kepada responden yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang.

Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, antara lain:⁹³

Tabel 3.3

Alternatif Jawaban Kuisisioner

Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5

⁹¹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Rajawali Pers, 2012, h. 143

⁹²Sugiyono, *Metode Penelitian Administratif* “, Bandung: Alfabeta, 2016 h. 142

⁹³Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ed. 1, Yogyakarta:Graha Ilmu, Cet. ke-1, 2013 h. 132

Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini menggunakan salah satu jenis data yang diperoleh dari membaca literatur, buku, artikel, jurnal, dan sejenisnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti agar dapat memperoleh data yang *valid*.⁹⁴

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji instrumen termasuk salah satu alat untuk mengetahui data instrumen yang terdapat dalam penelitian telah akurat atau tidak. Instrumen yang benar akan menghasilkan data yang akurat. kemudian data yang akurat akan memberikan hasil riset yang mampu dipertanggungjawabkan. Untuk mengetahui baik atau tidaknya sebuah instrumen, maka dilakukannya uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji Validitas yaitu suatu bentuk pengujian bukti bahwa dalam instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Tujuan dari diadakannya uji validitas yaitu untuk

⁹⁴Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter “ *Skripsi* (Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisni UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; 2018) h.46.

mengukur valid tidaknya suatu item pertanyaan.⁹⁵ Instrumen yang valid maksudnya yaitu instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.⁹⁶ Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan valid atau tidaknya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel di mana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $< r$ hitung maka valid.⁹⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu suatu bentuk pengujian yang menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau indikator-indikator yang di konstruk yang sebelumnya telah diuji validitasnya, Pengujian reliabilitas yaitu pengujian yang menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0.70 , tapi jika nilai $0.60 - 0.70$ masih dapat diterima⁹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu suatu bentuk pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier dalam pengujian ini bertujuan untuk menghindari adanya kebiasaan dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*)

⁹⁵Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*,..., h. 35

⁹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Administratif*“, Bandung: Alfabeta, 2016, h.137

⁹⁷Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ed. 1, Yogyakarta:Graha Ilmu, Cet. ke-1, 2013, h. 132

⁹⁸Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Penerbit Alfabeta 2013, h. 46

dalam model regresi yang digunakan.

a. Uji Normalitas

Tujuan dalam melakukan uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal. Tapi jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel- variabel ini tidak ortogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:⁹⁹

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabelvariabel Independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

⁹⁹Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2005, h.91.

2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawanya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi.¹⁰⁰ Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya

¹⁰⁰Imam Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, edisi ke lima Semarang: Universitas Diponegoro. (2011).

lebih kecil dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis regresi berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknis analisis regresi yang dapat digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.¹⁰¹ persamaanya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \epsilon$$

Y : Kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang.

α : Nilai Konstanta

$\beta_1 - \beta_6$: Koefisien korelasi ganda

X1 : *Compliance*

X2 : *Assurance*

X3 : *Responsibility*

X4 : *Tangibles*

X5 : *Emphaty*

X6 : *Responsiveness*

ϵ : Standar *error*

Analisis Regresi Berganda berganda merupakan teknis analisis regresi yang dapat digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. persamaanya dapat ditulis sebagai berikut:⁸⁸ $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \epsilon$ Y : Kepuasan nasabah tabungan faedah α : Nilai Konstanta $\beta_1 - \beta_6$: Koefisien korelasi ganda X1 : Compliance X2 : Assurance X3 : Responsibility X4 : Tangibles X5 : Emphaty X6 : Responsiveness ϵ : Standar error

¹⁰¹Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0, Bandung: Penerbit Alfabeta 2013, h. 50

4. Uji Hipotesis

Menurut Singgih hipotesis adalah kemungkinan jawaban yang bersifat sementara atau asumsi awal dari suatu permasalahan dalam penelitian ini, yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis dilihat dari kategori rumusannya dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu:

- a. Hipotesis awal (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
 - b. Hipotesis alternatif (H_a) yaitu hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain.¹⁰²
- a. Uji Pengaruh Simultan (F test)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.¹⁰³ Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji F $P < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikansi uji F

¹⁰²Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, Cet. ke-23, 2016). h. 20

¹⁰³Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, ed. 4, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2013 h. 245

adalah dengan membandingkan F statistik dengan F tabel. Jika F statistik $>$ F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁰⁴

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kebermaknaan koefisien regresi secara parsial antara pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁰⁵

¹⁰⁴Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0, Bandung: Penerbit Alfabeta 2013, h. 46

¹⁰⁵Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h. 14

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BNI Syariah

Tahun 1997 Indonesia mengalami krisis moneter tetapi pada saat bank konvensional mengalami goncangan bank syariah membuktikan ketangguhan dari sistem perbankan syariah. Prinsip dari bank Syariah terkenal dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, BNI mencoba memenuhi kebutuhan dari masyarakat sehingga pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan awal berdirinya terdiri dari 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.

Seiring dengan respon positif yang diberikan oleh nasabah maka UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Selain itu Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) juga dapat memberikan pelayanan dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.²¹¹

BNI Syariah dalam menjalankan system operasionalnya tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah

²¹¹ “Sejarah bank BNI syariah “, *Situs Resmi Bank BNI Syariah* <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> (30 April 2020).

(DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Hal tersebut didasarkan pada Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin 3637 usaha kepada PT Bank BNI Syariah.²¹² Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.²¹³

2. Profil PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Makassar

Nama : Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati

Alamat : Jl. Pajonga Dg. Ngale No. 140, Mario, ke. Mariso, kota
Makassar, Sulawesi Selatan. 90122

Telpon : 04118914670

Alamat Web : www.bnisyariah.co.id

²¹²“Sejarah bank BNI syariah “, *Situs Resmi Bank BNI Syariah* <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> (30 April 2020).

²¹³Imam Nur Syahdan “Analisis Produk Tabungan Ib Hasanah Di Bni Syariah Cabang Fatmawati” *Skripsi* (Jakarta, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019) h. 36.

3. Visi-Misi Bank Negara Indonesia Syariah

a. Visi Bank Negara Indonesia Syariah:

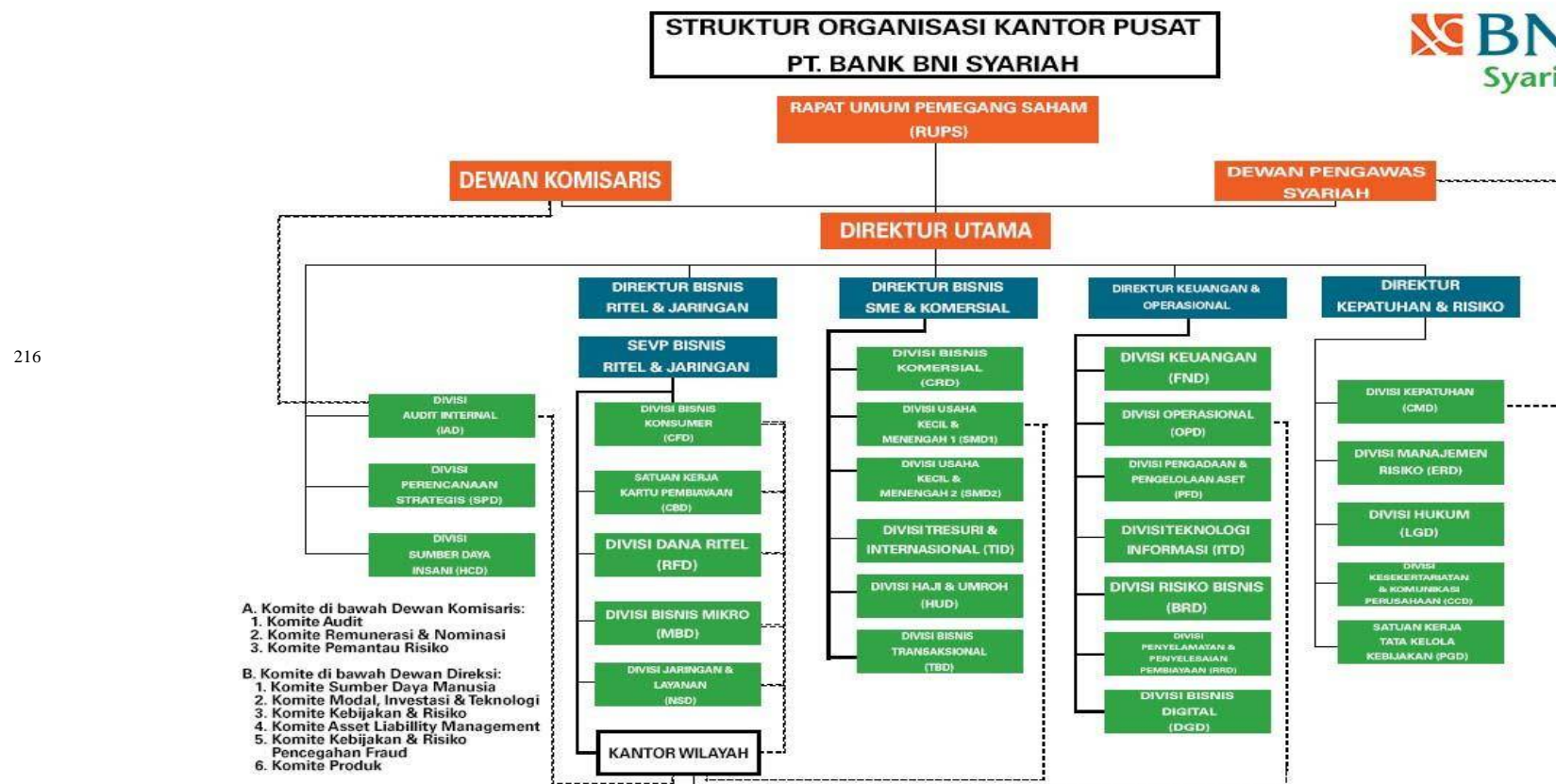
- Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja

b. Misi Bank Negara Indonesia:

- Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.²¹⁴

²¹⁴“Profil bank BNI syariah “, *Situs Resmi Bank BNI Syariah* <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/profil>(30 April 2020).

4. Sturktur Organisasi Bank BNI Syariah



B. Deskripsi Responden

Deskripsi responden dalam hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran singkat mengenai data diri responden mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dari mana memperoleh info, lama menjadi nasabah dan tujuan menjadi nasabah responden.

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Ib Hasanah BNI syariaah cabang Makassar dengan jumlah sampel yaitu 100 responden. Berikut data yang telah diperoleh.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (n)	Persentase
1.	Laki-laki	43	43%
2.	Perempuan	57	57%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 43 orang atau setara dengan 43% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 57 orang atau setara dengan 57%. Maka dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 57%.

2. Umur Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (n)	Persentase
1	<20	7	7%
2	21-29	86	86%
3	30-39	3	3%
4	40-49	3	3%
5	>50	1	1%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 Tahun berjumlah 7 orang setara dengan 7%, responden yang berusia 21-29 Tahun berjumlah 86 orang setara dengan 86%, dan responden yang berusia 30-39 Tahun berjumlah 3 orang setara dengan 3%. Responden yang berusia 40-49 berjumlah 3 orang setara dengan 3% dan diatas dari 50 berjumlah 1 orang atau setara dengan 1% . jadi dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebagian besar berusia 21-29 tahun yaitu setara dengan 86%

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (n)	Persentase
1.	SD	1	1%
2.	SLTP/SMP	1	1%
3.	SLTA/SMA/SMK	61	61%

4.	S1	37	37%
----	----	----	-----

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa responden tingkat SD berjumlah 1 orang setara dengan 1%, responden tingkat SLTP/SMP berjumlah 1 orang setara dengan 1%, responden tingkat SLTA/SMA/SMK berjumlah 61 orang atau setara dengan 61% dan responden tingkat S1 berjumlah 37 orang setara dengan 37%. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden di Kota Makassar sebagian besar tingkat pendidikannya adalah SLTA/SMA/SMK yaitu sebanyak 61%

4. Jenis Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS	1	1%
Mahasiswa	67	67%
Pengusaha/ Wiraswasta	10	10%
Lainnya	23	23%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, hasil dari karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh mahasiswa berjumlah 67 orang atau setara dengan 67% lainnya berjumlah 23 orang atau setara dengan 23 %, pengusaha/ wiraswasta berjumlah 10 responden atau setara dengan 10%, pegawai negeri berjumlah 1 orang atau setara dengan 1%. Jadi berdasarkan data diatas dapat disimpulkan rata-rata pekerjaan dari responden yaitu mahasiswa dengan persentasi 67%.

5. Penghasilan perbulan

Table 4.5
Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
<1.000.000	65	65%
1.000.000-2.000.000	10	10%
2.000.000-3.000.000	12	12%
3.000.000-4.000.000	6	6%
>5.000.000	8	8%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, hasil dari karakteristik responden berdasarkan pada penghasilan perbulan, dengan penghasilan < 1.000.000 berjumlah 65 orang atau setara dengan 65%, penghasilan 1.000.000-2.000.000 berjumlah 10 orang atau setara dengan 10%, penghasilan dengan 2.000.000-3.000.000 berjumlah 12 orang atau setara dengan 12%, penghasilan dengan 3.000.000-4.000.000 sebanyak 6 orang atau setara dengan 6% kemudian penghasilan >5.000.000 sebanyak 8 orang atau setara dengan 8%, jadi berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata penghasilan kurang dari 1.000.000 dengan persentasi sebesar 65%.

6. Berdasarkan informasi membuka rekening

Table. 4.6
Karakteristik responden berdasarkan pada informasi membuka rekening

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Keluarga/ teman	58	58%
Flampet/ brosur	9	9%
Surat kabar/ majalah	0	0%
Televisi/ internet	7	7%
Lain-lain	27	27%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, hasil dari karakteristik responden berdasarkan pada informasi membuka rekening, dengan informasi membuka rekening berjumlah 58 orang atau setara dengan 58%, informasi membuka rekening diperoleh dari flampet atau brosur berjumlah 9 orang atau setara dengan 9%, informasi membuka rekening diperoleh dari televisi dan internet sebesar 7 orang atau setara dengan 7%, informasi membuka rekening diperoleh dari yang lainnya sebanyak 27 orang atau setara dengan 27%, jadi berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden mendapatkan informasi membuka rekening diperoleh dari teman atau keluarga dengan persentasi sebanyak 58%

7. Lama menggunakan tabungan Ib hasanah

Table.4.7

Karakteristik responden didasarkan pada lama menggunakan tabungan Ib hasanah

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1-2 tahun	72	72%
3-4 tahun	19	19%
>5 tahun	8	8%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa responden didasarkan pada lamanya menggunakan tabungan Ib hasanah kurang dari satu tahun – dua tahun berjumlah 72 orang setara dengan 72%, responden dengan lama menggunakan tabungan Ib hasanah dari 3 tahun- 4 tahun berjumlah 19 orang setara dengan 19%, dan responden dengan lamanya menggunakan tabungan Ib hasanah lebih dari lima tahun berjumlah 8 orang setara dengan 8%. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden sebagian besar lama menggunakan tabungan Ib hasanah

yaitu 1-2 tahun dengan persentasi sebanyak 72%

8. Tujuan membuka tabungan

Table.4.8

Karakteristik responden didasarkan pada tujuan membuka tabungan

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Menyimpan dana	92	92%
Pembayaran angsuran	7	7%
Pembayaran listrik, telpon dll	2	2%

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan tujuan membuka tabungandengan alasan untuk menyimpann dana berjumlah 92 orang setara dengan 92%, responden dengan tujuan membuka tabungan dengan alasan untuk pembayaran angsuran berjumlah 7 orang setara dengan7%, dan responden dengan tujuan membuka tabungan dengan alasan memudahkan membayaar listrik, telpon dll berjumlah 2 orang setara dengan 2%. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden di Kota Makassar sebagian besar tujuan membuka tabungan yaitu untuk menyimpan dana dengan persentasi sebanyak 92%.

C. Hasil Penelitian

1. Analisis deskripsi variabel

a. Variabel X (CARTER)

Table. 4.9

Butir soal yang berdasarkan pada CARTER

Item	Butir Soal	Keterangan		
		kor	esentase	ata-rata

1.	BNI Syariah cabang makassar berjalan sesuai dengan prinsip syariat Islam	385	77%	3,85
2.	BNI syariah cab. Makassar tidak ada bunga yang dibayarkan atau diambil dari tabungan dan pinjaman	419	83,8%	4,19
3.	BNI Syariah cab. Makassar menerapkan pelayanan produk sesuai dengan ketentuan prinsip islam	407	80,4%	4,07
4.	BNI Syariah cab. Makassar bebas dari hal-hal yang tidak jelas (Gharar)	401	80,2%	4,01
5.	BNI Syariah cab. Makassar menerapkan pembagian investasi dengan prinsip bagi hasil	403	80,6%	4,03
6.	Karyawan BNI Syariah cab. Makassar menyediakan konseling keuangan	372	74,4%	3,72
7.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki interior dan ruang tunggu yang nyaman	424	84,8%	4,24
8.	Karyawan BNI syariah cab. Makassar berpakaian rapih dan sopan	446	89,2%	4,46
9.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki tim manajemen yang berpengetahuan luas dan berpengalaman	400	80%	4
10.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan kenyamanan (waktu singkat untuk layanan dimana saja)	397	79,4%	3,79
11.	BNI syariah cab. Makassar memberikan nilai tambah terintegrasi yang digunakan	396	79,2%	3,96
12.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan kemudahan pada nasabah dalam memperoleh informasi rekening	418	83,6%	4,18
13.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi	423	84,6%	4,23

14.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki layanan waktu yang optimal	396	79,2%	3,96
15.	BNI syariah cab. Makassar memberikan pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (ATM, Mobile Banking)	422	84,4%	4,22
16.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan transaksi yang cepat (transaksi selesai dalam waktu singkat, bukan dalaam waktu lama)	404	80,8%	4,04
17.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan pelayanan daalam memecahkan masalah nasabah	391	78,2%	3,91
18.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan loket pembayaran yang bersih dan nyamaan	432	86,4%	4,3
19.	BNI Syariah cab. Makasssar menjamin kerahasiaan data nasabah	427	87,4%	4,37
20.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki lokasi bank yang mudah dijangkau	397	79,4%	3,97
21.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keakraban, reputasi dan citra bank	410	82%	4,1
22.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan parker yang tersedia sudah memadai	382	76,4%	3,82
23.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keyakinan dalam manajemen bank	407	81,4%	4,07
24.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan bunga bank tradisional	392	78,4%	3,92
25.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki biaya yang lebih rendah	406	81,2%	4,06
26.	BNI Syariah cab. Makassar mampu memenuhi kebutuhan individu/ pribadi	401	80,2%	4,01
27.	BNI Syariah caab. Makassar menggunakan teknologi secara baik dalam operasional	416	81,2%	4,06

	bank			
28.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan pinjaman dengan persyaratan yang menguntungkan	382	76,4%	3,82
29.	BNI Syariah caab. Makassar memiliki layanan konter cepat dan efisien	394	78,8%	3,94

b. Variabel Y (Kepuasan)

Table. 4,10
Butir soal didasarkan pada tingkat kepuasan

Item	Butir Soal	Keterangan		
		kor	esentase	ata-rata
	Kepuasan keseluruhan dengan layanan BNI Syariah cab. Makassar	396	79,2%	3,96
	Saya sangat puas dengan kontak pribadi saya dengan karyawan BNI Syariah cab. Makassar	402	80,4%	4,02
	Saya sangat puas dengan kualitas BNI Syariah cab. Makassar	408	81,6%	4,08

Sumber : Data Primer yang diolah

2. Instrument penelitian

a. Uji Validitas

Tahap awal setelah dilakukan penyebaran kusioner sebanyak 30 responden, selanjutnya peneliti melakukan uji validitas data. Dimana Uji validitas dengan tujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dari setiap instrumen pernyataan dalam kuesioner yang disebarkan. Uji validitas dimana r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir/pernyataan atau indicator tersebut

dikatan valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas butir soal

1. Dimensi *Compliance*

Table. 4.10
Hasil uji validitas dimensi *compliance*

No.	Variabel/Indikator	R	R	Ket.
		Hitung	Tabel	
1.	BNI Syariah cab. makassar berjalan sesuai dengan prinsip syariat Islam	0,850	0,463	Valid
2.	BNI syariah cab. Makassar tidak ada bunga yang dibayarkan atau diambil dari tabungan dan pinjaman	0,515	0,463	Valid
3.	BNI Syariah cab. Makassar menerapkan pelayanan produk sesuai dengan ketentuan prinsip islam	0,892	0,463	Valid
4.	BNI Syariah cab. Makassar bebas dari hal- hal yang tidak jelas (Gharar)	0,832	0,463	Valid
5.	BNI Syariah cab. Makassar menerapkan pembagian investasi dengan prinsip bagi hasil	0,739	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dimensi Compliance memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan yang didasarkan pada kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi Compliance yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

2. Dimensi *Assurance*

Table.4.11
Hasil uji validitaas dimensi *Assurance*

No.	Variabel/Indikator	R	R	Ket.
		Hitung	Tabel	
1.	Karyawan BNI Syariah cab. Makassar menyediakan konseling keuangan	0,704	0,463	Valid
2.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki interior dan ruang tunggu yang nyaman	0,847	0,463	Valid
3.	Karyawan BNI syariah cab. Makassar berpakaian rapih dan sopan	0,749	0,463	Valid
4.	BNI Syariah cab. Makassar bebas dari hal- hal yang tidak jelas (Gharar)	0,829	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa dimensi Assurance memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi Assurance yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

3. Dimensi *Relability*

Table. 4.12
Hasil uji validitas dimensi *Relability*

No.	Variabel/Indikator	R	R	Ket.
		Hitung	Tabel	
1.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan kenyamanan (waktu singkat untuk layanan dimana saja)	0,904	0,463	Valid
2.	BNI syariah cab. Makassar memberikan	0,859	0,463	Valid

	nilai tambah terintegrasi yang digunakan			
3.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan kemudahan pada nasabah dalam memperoleh informasi rekening	0,797	0,463	Valid
4.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi	0,891	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa dimensi reliability memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi reliability yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

4. Dimensi *Tangibles*

Table. 4.13
Hasil uji validitas dimensi *Tangibles*

No.	Variabel/Indikator	R Hitung	R Tabel	Ket.
1.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki layanan waktu yang optimal	0,795	0,463	Valid
2.	BNI syariah cab. Makassar memberikan pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (ATM, Mobile Banking)	0,676	0,463	Valid
3.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan transaksi yang cepat (transaksi selesai dalam waktu singkat, bukan dalam waktu lama)	0,878	0,463	Valid
4.	BNI Syariah cab. Makassar memberikan pelayanan dalam memecahkan masalah nasabah	0,926	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa dimensi tangibles memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi tangibles yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

5. Dimensi *Emphaty*

Tabel. 4.14
Hasil Uji validitas dimensi *Emphaty*

No.	Variabel/Indikator	R Hitung	R Tabel	Ket.
1.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan loket pembayaran yang bersih dan nyamaan	0,725	0,463	Valid
2.	BNI Syariah cab. Makassar menjamin kerahasiaan data nasabah	0,609	0,463	Valid
3.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki lokasi bank yang mudah dijangkau	0,807	0,463	Valid
4.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keakraban, reputasi dan citra bank	0,619	0,463	Valid
5.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan area parker yang tersedia sudah memadai	0,515	0,463	Valid
6.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keyakinan dalam manajemen bank	0,535	0,463	Valid
7.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan bunga bank tradisiona	0,749	0,463	Valid
8.	BNI Syariah cab. Makassar memiliki biaya yang lebih rendah	0,765	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa dimensi *emphaty* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi *emphaty* yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

6. Dimensi *responsiveness*

Table. 4.15
Hasil uji validitas dimensi *Responsiveness*

No.	Variabel/Indikator	R	R	Ket.
		Hitung	Tabel	
1.	BNI Syariah cab. Makassar mampu memenuhi kebutuhan individu/pribadi	0,898	0,463	Valid
2.	BNI Syariah caab. Makassar menggunakan teknologi secara baik dalam operasional bank	0,909	0,463	Valid
3.	BNI Syariah cab. Makassar menyediakan pinjaman dengan persyaratan yang menguntungkan	0,910	0,463	Valid
4.	BNI Syariah caab. Makassar memiliki layanan konter cepat dan efisien	0,824	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi *responsiveness* yang digunakan

pada penelitian ini layak sebagai penelitian.

7. Dimensi Kepuasan (Y)

Table.4.16
Hasil uji validitas kepuasan

No.	Variabel/Indikator	R	R	Ket.
		Hitung	Tabel	
1.	Kepuasan keseluruhan dengan layanan BNI Syariah cab. Makassar	0,837	0,463	Valid
2.	Saya sangat puas dengan kontak pribadi saya dengan karyawan BNI Syariah cab. Makassar	0,922	0,463	Valid
3.	Saya sangat puas dengan kualitas BNI Syariah cab. Makassar	0,793	0,463	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa dimensi *kepuasan* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh pernyataan pada dimensi *kepuasan* yang digunakan pada penelitian ini layak sebagai penelitian

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keadaan suatu item pernyataan dapat digunakan lagi dalam penelitian yang sama. Menurut Sugiyono suatu konstruk atau variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Cronbach Alpha > 60) Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari dimensi *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness* dengan 30 sampel responden.

Table.4.17
Hasil uji reallibilitas dimensi CARTER

No.	Variabel	Cronbach Alpha	N of Items	Ket.
1.	Compliance	0,805	5	Realibilitas
2.	<i>Assurance</i>	0,788	4	Realibilitas
3.	<i>Reability</i>	0,878	4	Realibilitas
4.	<i>Tangibles</i>	0,835	4	Realibilitas
5.	<i>Emphaty</i>	0,816	8	Realibilitas
6.	<i>responsiveness</i>	0,908	4	Realibilitas

Sumber : Data Primer yang diolah

Tabel 4.17 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas dimensi *compliance assurance, reability, tangibles, emphaty, dan responsiveness* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 dan setiap item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan ini diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria

pengambilan keputusan sebagai berikut :¹¹¹

- a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak berdistribusi secara normal.

Table 4.18
Uji normalitas (Kolmogorov – smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33120981
	Absolute	.122
Most Extreme Differences	Positive	.119
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.219
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102

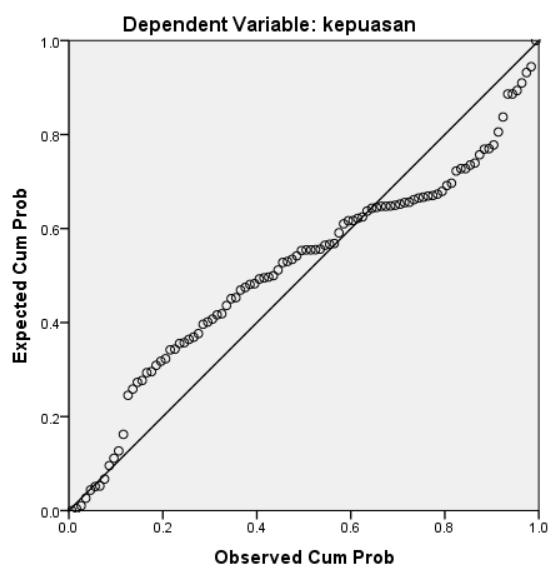
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

¹⁰⁶Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter h.63

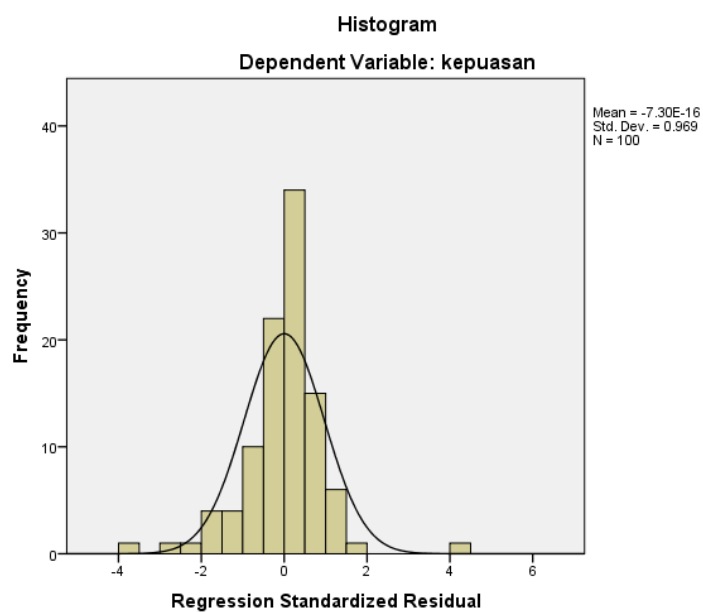
Gambar. 4.1
Uji normalitas (normal probability plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer yang diolah

Gambar.4.2
Uji normalitas (grafik Histogram)



Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 4.18 yaitu uji normalitas Kolmogorov – smirnov dimana nilai Kolmogorov- smirnov sebesar 1219 dan nilai signifikansi yaitu 0,1 dan lebih besar dari 0,05. Selain itu pada gambar 4.1 gambar flot di mana titik- titik berada di sekitar garis diagonal dan pada gambar 4.2 gambar histogram berbentuk lonceng, jadi berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2012):

1. Jika $VIF > 10$ atau $Tolerance\ value < 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ atau $Tolerance\ value > 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.873	1.033		1.813	.073		
1 compliance	-.063	.068	-.095	-.919	.360	.413	2.419
assurance	.062	.088	.074	.697	.488	.389	2.569
relibility	.110	.103	.145	1.068	.288	.242	4.132
tegible	.270	.089	.375	3.031	.003	.289	3.461
emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050	.251	3.984
responsiviness	.045	.087	.065	.523	.602	.288	3.467

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa variabel independen menunjukkan nilai VIF yang lebih kecil dari angka 10 dan nilai *tolerance value* lebih besar dari nilai 0,10 maka dapat di Tarik kesimpulan bahwa antar variabel independen tidak terjadi hubungan multikolinearitas, sehingga penelitian ini layak digunakan dalam pengujian penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji *Glejser* dengan cara meregresikan antara variabel independen dan nilai absolut residualnya dengan kriteria sebagai berikut:¹¹²

- a. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih kecil dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas

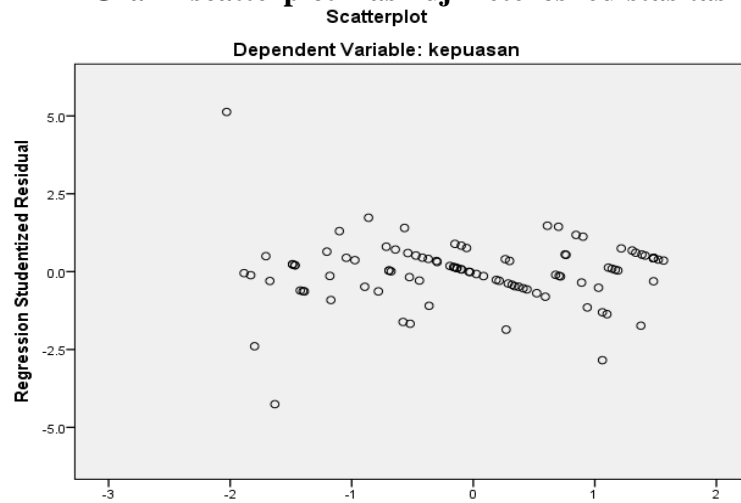
¹¹²Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)h. 63

Tabel. 4.20**Hasil uji heteroskedistasitas**

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	1.873	1.033		1.813	.073			
compilance	-.063	.068	-.095	-.919	.360	.413	2.419	
assurance	.062	.088	.074	.697	.488	.389	2.569	
reliability	.110	.103	.145	1.068	.288	.242	4.132	
tegible	.270	.089	.375	3.031	.003	.289	3.461	
emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050	.251	3.984	
responsivin	.045	.087	.065	.523	.602	.288	3.467	
ess								

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah

Gambar 4.3**Grafik scatterplot Hasil uji heteroskedistasitas**

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas dengan membandingkan antara nilai signifikansi disetiap variabel independen dengan nilai absolut residualnya yang

menunjukkan nilai signifikansi di setiap variabel lebih besar dari nilai dasar absolutnya (0,05) , serta pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik- titik menyebar diatas dan di bawah angka nol dapat disimpulkan bahwa setiap variabel *independen* bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi berganda

Tahapan selanjutnya setelah dilakukan uji asumsi klasik yang secara keseluruhan model dari regresi telah memenuhi uji asumsi klasik maka, selanjutnya melakukan model regresi berganda dimana dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh dari compliance (x1), assurance (x2) reliability (x3) tegibles (x4) emphaty (x5) dan responsiviness (x6) terhadap variabel dependen dalam hal ini kepuasan nasabah bank BNI Syariah cab. Makassar. Hasil uji statistic analisis regresi berganda diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.873	1.033		1.813	.073
1 compliance	-.063	.068	-.095	-.919	.360
assurance	.062	.088	.074	.697	.488
relibility	.110	.103	.145	1.068	.288
tegible	.270	.089	.375	3.031	.003
emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050
responsiviness	.045	.087	.065	.523	.602

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

$$Y = 1873 + (-0,063)x_1 + 0,62 x_2 + 0,110x_3 + 0,270x_4 + 0,110x_5 + 0,045 x_6 + e$$

Y : Kepuasan nasabah Ib Hasanah BNI Syariah

α : Nilai Konstanta

$\beta_1 - \beta_6$: Koefisien korelasi ganda

X1 : Compliance
 X2 : Assurance
 X3 : Relibility
 X4 : Tangibles
 X5 : Emphaty
 X6 : Responsiveness
 E : Standar error

Berdasarkan hasil pengolahan spss maka diperoleh hasil data sebagai berikut:

a : nilai konstanta 1,873. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel x bernilai 0, nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan adalah sebesar 1,873.

b1x1 : *compliance* bernilai -0,063 yang berarti jika *compliance* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,063.

b2x2 : *assurance* bernilai 0,62 yang berarti jika *Assurance* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,62.

b3x3 : *relibility* bernilai 0,110 yang berarti jika *relibility* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,110.

b4x4 : *Tangibles* bernilai 0,270 yang berarti jika *tagibles* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,270

b5x5 : *emphaty* bernilai 0,110 yang berarti jika *compliance* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,110.

b6x6 : *responsiviness* bernilai 0,045 yang berarti jika *compliance* mengalami kenaikan 1 satuan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,045

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) merupakan prediksi seberapa besar pengaruh ke

enam variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Tabel 4.21
Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 ^a	.588	.561	1.37348	1.646

a. Predictors: (Constant), responsiveness, compliance, tangible, assurance, empathy, reliability

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa nilai R² sebesar 0,561 yang berarti 56,1% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel CARTER (variabel *independen*), sisanya sebesar 44,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel *independen* yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*.

Tabel. 4.22
Hasil uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	250.200	6	41.700	22.105	.000 ^b
Residual	175.440	93	1.886		
Total	425.640	99			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), responsiveness, compliance, tangible, assurance, empathy, reliability

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 4.22 Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 22,105 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Dengan derajat $(6: 100-6) = 6: 94$ dengan signifikansi 5% diperoleh f tabel sebesar 2,20. Karena nilai F hitung $22,105 > 2,20$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel *independen* yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Analisa uji t dilakukan dengan melihat nilai probabilitisnya, apabila nilai probabilitasnya lebih kecil 5% maka H_0 di tolak yang berarti ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependennya dengan signifikansinya sesuai dengan arti probabilitas.

Tabel 4.22
Hasil uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Hasil sig
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.873	1.033		1.813	.073	Tidak sig
	compliance	-.063	.068	-.095	-.919	.360	Tidak sig
	assurance	.062	.088	.074	.697	.488	Tidak sig
	reliability	.110	.103	.145	1.068	.288	Tidak sig
	tegible	.270	.089	.375	3.031	.003	Signifikan
	emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050	Signifikan
	responsiviness	.045	.087	.065	.523	.602	Tidak sig

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan hasil perhitungan Uji t pada Tabel 4.22, dapat ditarik kesimpulan bahwa hanya dua variabel *independen* yaitu *Relibility* dan *Emphaty* yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel (1,985). Sedangkan untuk variabel *independen* lainnya (*compliance*, *assurance*, *reliability*, *responsiviness*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah karena memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel. Adapun pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini mengatakan bahwa *compliance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $-919 < 1,985$, dan nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif signifikan antara *Compilance* dengan kepuasan nasabah.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini mengatakan bahwa *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel atau $697 < 1,985$, dan nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif signifikan antara *Assurance* dengan kepuasan nasabah.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini mengatakan bahwa *reliability*

berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $1068 < 1,985$, dan nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif signifikan antara *relibility* dengan kepuasan nasabah.

4. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis keempat dalam penelitian ini mengatakan bahwa *tegible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $3031 > 1,985$, dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara *tegible* dengan kepuasan nasabah.

5. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis kelima dalam penelitian ini mengatakan bahwa *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $1985 > 1,985$, dan nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara *emphaty* dengan kepuasan nasabah.

6. Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis keenam dalam penelitian ini mengatakan bahwa *responsiviness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Namun berdasarkan pada hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $523 < 1,985$, dan nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif signifikan antara *responsiviness* dengan kepuasan nasabah.

6. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan dimensi CARTER yang terdiri dari (*Compliance, Assurance, Relibility, Teghible, Emphaty, Responsiviness*) terhadap nasabah tabungan Ib Hasanah BNI syariah cabang Makassar. Dimana hasil secara keseluruhan dari uji regresi berganda dapat dilihat dalam tabel. 4.23

Tabel. 4.23
Hasil ringkasan uji hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
Hal.1	<i>Compliance</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	ditolak
Hal. 2	<i>Assurance</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	Ditolak
Hal. 3	<i>Relibility</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	Ditolak
Hal.5	Tegible berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	Diterima
Hal.5	Emphaty berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	Diterima
Hal.6	Responsiviness berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah	Ditolak

Sumber : Data Primer yang diolah

- a. Pengaruh *Compliance* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Compliance merupakan upaya dari BNI Syariah untuk menjalankan operasionalnya sesuai dengan aturan- aturan hukum Islam serta kemampuan dalam memberikan pemahaman kepada para nasabahnya dalam suatu lembaga dengan beelandaskan kepada Al-Qur'an dan Hadits. *compliance* pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan bahwa suatu lembaga dapat menyampaikan jasanya yang

terbebas dari segala macam hal-hal yang dilarang oleh hukum Islam, seperti bebas dari unsur yang haram, riba, bathil, dan bebas dari unsur dilarang lainnya.

Jika dilihat dari hasil analisis regresi linier (Tabel 4.22) diketahui bahwa *compliance* memiliki pengaruh sebesar 0,919 dimana H_0 diterima dan h_a ditolak yang artinya pengaruh *compliance* kurang memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis sebelumnya.

Kurangnya kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah terhadap variabel *Compliance* disebabkan oleh masih kurangnya pengaplikasian dari variabel *compliance* dalam praktek pengoprasian di BNI Syariah, oleh karena itu variabel *Compliance* kurang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agam Suherman dan Zuanita Amalia Sulistiani yang menyatakan bahwa *compliance* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Ib hasanah BNI Syariah.

Dalam penelitian Aan Zainul anwar mengatakan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau nasabah untuk lebih memahami informasi dan mengimpletasikannya dalam kehidupan sehari-harinya. Kemudian jika dilihat dari hasil penelitian nasabah tabungan Ib hasanah BNI syariah rata-rata berpendidikan SMA yang artinya belum mampu mengimpletasikan *compliance* dalam kehidupannya.

b. Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui *assurance* memiliki nilai t hitung sebesar 0,697 dan lebih kecil dari nilai t tabel (1,985) atau H_0 diterima dan H_a di tolak. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua ditolak bahwa *assurance* kurang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier (Tabel 4.22) dapat dilihat bahwa *assurance* memiliki pengaruh sebesar 0,697 terhadap kepuasan nasabah Tabungan IB hasanah BNI Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI syariah sebesar 0,697. Dengan kata lain Assurance kurang memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah, hal ini disebabkan masih kurangnya praktik pengaplikasian dari variabel *Assurance* dalam system operasional yang dilakukan oleh para karyawan BNI Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Rohmati dan Agam suherman yang menyatakan bahwa *assurance* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah.

Jika dilihat dari hasil pengolahan kusioner maka dapat dilihat bahwa salah satu yang menjadi factor *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah adalah bentuk pelayanan dari setiap karyawannya masih

kurang. Pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan dari nasabah. Karena setiap kualitas pelayanan harus dimulai dari pemenuhan kebutuhan nasabah berakhir pada kepuasan nasabah.

c. Pengaruh *Relibility* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat dilihat jika *reliability* memiliki nilai t hitung sebesar 1,068 lebih besar dari nilai t tabel (1,985) atau H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan hipotesis ketiga ditolak dapat ditarik kesimpulan bahwa *reliability* kurang memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI syariah cab. Makassar.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.22) dapat diketahui bahwa *reliability* memiliki pengaruh sebesar 1,069 terhadap kepuasan nasabah tabungan IB nasanah BNI Syariah yang berarti jika *reliability* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada tingkat kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah cab. Makassar sebesar 1,069. Setiap bank yang memiliki kemampuan atau dapat diandalkan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *reliability* kurang memberikan pengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hal tersebut disebabkan oleh kurang maksimalnya bentuk pelayanan yang diberikan oleh setiap karyawan BNI Syariah yang berkaitan dengan variabel *Reliability*

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang Henrio Rahmat dan Zuanita Amalia Sulistiani yang menyatakan bahwa karyawan bank BNI Syariah

belum mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, yang dimaksud dalam hal ini karyawan bank masih biasa melakukan kesalahan dalam pencatatan, proses administrasi serta kemampuan dari setiap karyawan dalam memahami nasabahnya mengenai produk- produk yang ditawarkan oleh bank.

d. Pengaruh *tegible* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa *tangibles* memiliki nilai t hitung sebesar 3,031 yang artinya lebih besar dari nilai t tabel (1,985) yang berarti *tegibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah atau H_a lebih kecil dari H_0 yang berarti berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima dan dapat disimpulkan bahwa *tangibles* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tangibles merupakan kemampuan yang dimiliki oleh setiap bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dengan fasilitas fisik yang dimilikinya. Fasilitas fisik meliputi pada sarana yang dapat menunjang operasional suatu bank agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara maksimal yang ditunjang pada pemanfaatan fasilitas teknologi yang canggih di tambah daya saing di era modern seperti saat ini sangat ketat.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier (Tabel 4.22) dapat diketahui bahwa *tangibles* memiliki pengaruh sebesar 3,069 terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah cabang Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan

nasabah Tabungan Ib hasanah BNI syariah cab. Makassar dipengaruhi oleh fasilitas fisik dan pemanfaatan teknologi yang memadai yang berarti *Tangibles* yang diterapkan di bank BNI Syariah telah mampu memenuhi kepuasan dari setiap nasabah.

e. Pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa *emphaty* memiliki nilai t hitung sebesar 1,985 dan sama dengan nilai t tabel (1,985) atau H_a lebih besar dari H_0 yang dapat di tarik kesimpulan bahwa *Emphaty* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan hipotesis kelima diterima dan dapat disimpulkan bahwa *emphaty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Emphaty adalah kemampuan dari setiap bank untuk memberikan pelayanan dalam menyampaikan jasa yang dibarengi dengan pemberian perhatian yang tulus kepada nasabahnya, memiliki kemampuan untuk mengetahui keinginan nasabah dengan maksud dapat memenuhi keinginan dari setiap nasabahnya.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda (Tabel 4.22) dapat diketahui bahwa *emphaty* memiliki pengaruh sebesar 1,985 terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah. Hal ini berarti jika *emphaty* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah sebesar 1, 985. Hal ini menunjukkan bahwa *emphaty* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah yang kata lain

prinsip *emhaty* yang diterapkan telah mampu memenuhi kepuasan nasabahnya.

f. Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui *responsiveness* memiliki nilai *t* hitung sebesar 0,523 lebih kecil dari nilai *t* tabel (1,985) atau H_0 diterima dan H_a di tolak. Hal ini menunjukkan hipotesis keenam ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* kurang memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *Responsiveness* pada setiap bank diharapkan mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap. Tapi dalam pengaplikasiannya variabel *responsiveness* masih kurang maksimal sehingga tingkat kepuasan nasabah kurang dipengaruhi dari variabel *Responsiveness*, yang pada dasarnya variabel ini memiliki peran yang sangat penting jika setiap karyawan mampu memiliki ketanggapan dalam melayani pelanggan dan semua keluhan-keluhan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda (Tabel 4.22) dapat diketahui bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh sebesar 0,523 terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah. Hal ini berarti jika *responsiveness* dinaikkan sebesar 1 satuan, akan berpengaruh kepada meningkatnya kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah sebesar 0,523. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah kurang dipengaruhi oleh variabel *responsiveness* yang telah diterapkan belum sesuai mampu memenuhi kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan pada hasil analisis data serta pengujian hipotesis sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model CARTER terdapat factor- factor yang mempengaruhi dimana variabel tersebut terdiri dari *compliance* (X1), *assurance* (X2), *reliability* (X3), *tangibility* (X4), *empathy* (X5), dan *responsiveness* (X6) terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah cabang Makassar.

1. Jika dilihat dari hasil pengujian secara parsial terhadap variabel *compliance* menunjukkan bahwa *compliance* kurang memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib Hasanah BNI Syariah cabang Makassar. Artinya kepatuhan terhadap syariah belum mampu diterapkan secara maksimal oleh BNI Syariah.
2. Dengan bentuk pengujian yang sama maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel *assurance* kurang memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya karyawan belum mampu bekerja secara maksimal dalam menarik rasa kepercayaan para nasabah.
3. Dengan bentuk pengujian yang sama maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel *reliability* kurang memberikan pengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bank masih belum mampu diandalkan oleh para nasabahnya dalam menyelesaikan masalah keuangan.

4. Sedangkan pada variabel *tangibles* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabahnya, hal ini karena fasilitas fisik dan pemanfaatan teknologi di era digital seperti sekarang agar mampu menunjang operasional suatu bank dalam memenuhi setiap kebutuhan dari nasabah.
5. Begitu juga pada variabel *emphaty* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana para karyawan BNI Syariah dianggap memiliki kemampuan dalam memberikan jasa dengan penuh perhatian kepada setiap nasabahnya dan dapat memenuhi setiap kebutuhan dari nasabah dengan baik.
6. Tetapi dalam pengujian yang sama pada variabel *responsiveness* menunjukkan pengaruh yang kurang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap karyawan BNI Syariah masih kurang tanggap dalam memberikan solusi atau memecahkan setiap masalah dan keluhan nasabah sehingga kepuasan dari nasabah masih kurang.
7. Tetapi jika dilihat dari hasil pengujian secara simultan maka variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah cabang Makassar.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan serta segala keterbatasan dalam penelitian ini maka terdapat beberapa saran yang harus

disampaikan diantaranya :

1. Bagi Bank BNI Syariah, perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan dari segi *Responsiviness* yang jika dilihat dari hasil penelitian memiliki pengaruh paling kecil dari pada yang lainnya. Dimana setiap karyawan harus mampu memberikan respond an solusi terbaik untuk setiap masalah dari nasabahnya.
2. Peningkatan kualitas pelayanan juga perlu dari segi *Compilance* yang memiliki pengaruh paling kecil setelah *Responsiviness* dan paling utama dilakukan pada aspek pemahaman para kaaryawan terhadap produk syariah dan memberikan sosualisasi mengenai perbedaan dari bank syariah dan konvensional yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab sangat tidak setuju.
3. Selanjutnya peningkatan kualitas pelayanan juga dilakukan dari segi variabel *Assuraance* yang memiliki nilai kecil ketiga dimana dalam variabel ini yang paling utama dilakukan pada aspek menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi nasabah yang berdasarkan jawaban responden paling banyak menjawab sangat tidak setuju.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan nasabah, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah variabel dependen lainnya contohnya loyalitas nasabah, citra perusahaan, dan lainnya.
5. selanjutnya penelitian ini hanya terbatas pada objek penelitian tertentu yaitu nasabah tabungan Ib hasanah BNI Syariah cabang Makassar, sehingga dapat

dilakukan dengan menggunakan populasi seluruh nasabah bank syariah yang ada di Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen “Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House.
- Ella Siti Chaeriah “Manajemen Berbasis Mutu”.
- Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter
- A Parasuraman Valerie A. Zeithaml “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No, 1988,
- Ach. Zuhri dan Rudi Haryanto “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Bprs Bhakti Sumekar Sumenep” *Iqtishadia Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 1 Juni 2016,
- Agam Suherman “Analisi Kualitas Pelayanan Dengan Model CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh
- Aidha Trisanty “Analisis Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Yogyakarta” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 15, No.9, April 2014.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah “Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” (*Jakarta: Rajawali, Cet. ke-7, 2012*)
- Danang Sunyoto, Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, ed. 1, Yogyakarta:Graha Ilmu, Cet. ke-1, 2013.
- Departemen Agama Republik Indonesia “Alquran dan Terjemahan.
- Eko Pebrilaksono “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Model Carter Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Kasus Pada Bmt Muamalat Cabang Jatiyoso Kabupaten Karanganyar)”
- Ella Siti Chaeriah “Manajemen Berbasis Mutu” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4. No. 2 Mei 2016.
- Fuad Bayu Irawan “Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model Carter Di Kabupaten Banyuma”
- Gemala Dewi “Aspek- Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah Di Indonesia “ (Cet. V; Depok: Kencana 2017).
- Hadari Nawawi. “*Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*”. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2001
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*.
- Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0, Bandung: Penerbit Alfabeta 2013.
- Herni Justiana Astuti “ Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model)” *Jurnal*.

- Husna Ainu Syukri, Siti., “Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja”, *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No. 2, Des 2014
- Ikfi Akmalia “Analisis Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang” *Jurnal Manajemen Bisnis* ,(Vol. 2 No. 01, April 2012)
- Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Imam Nur Syahdan “Analisis Produk Tabungan Ib Hasanah Di Bni Syariah Cabang Fatmawati” *Skripsi* (Jakarta, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2019).
- Ismail “Perbankan Syariah” Jakarta: Kencana, 2011, Cet. ke-1.
- Kementrian Agama RI. Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan) Akmiyah, Jakarta: Sygma Exa Grafika, 2010.
- Khoirunnisa “Implementasi Manajemen Mutu Terpadu Di Sdit Insan Mandiri Jakarta Implementation Of Total Quality Management At Sdit Insan Mandiri Jakarta ” *Jurnal Manajemen Pendidikan*.
- Kiki Nurul Fitriani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Dimensi Carter Di Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Faedah Bri Syariah Kcp Majapahit Semarang)”, *Skripsi* (Semarang, Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018)
- Mudrajad Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, ed. 4, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2013
- Muhammad Gilang Ramadhan “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Empiris Pada Nasabah Pt. Bpr Sabar Artha Prima)”, *Skripsi* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018)
- Muthiya Nurfaridah “Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Bank Mandiri Syariah Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Carter “ *Skripsi* (Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisni UIN Syarif Hidayatullah Jakarta; 2018)
- Philip Kotler. Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets. New York, NY: Free Press. 1999
- Produk BNI Syariah “ *Situs Resmi BNI Syariah*” <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pendanaan/bniibhasanah> (29 April 2020)
- Ramli Ahmaddin “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Nagari Cabang Utama Padang” *Tesis* (Jakarta: Universitas Terbuka Jakarta 2016)
- Sri Laksmi Pandanawati “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Bpr Syariah Dana Mulia Surakarta” *Tesis* (Surrakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta2014)
- Sugiam A. Gima. “*Metode Riset Bisnis dan Manajemen*”. Bandung: Guardaya Intimarta. 2008.

Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, Cet. ke-23,2016).

Syarifuddin “Total Quality Manajement (Tqm) Sebagai Manajemen Mutu Alternatif Pada Program Studi Pendidikan Bahasa Arab” *Jurnal Universitas Yudharta Pasuruan*.

Yudi Siyamto “Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dan Customer Satification Index (CSI) Terhadap kepuasan Nasabah”

Zainul Arifin,” Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah” (Jakarta: Pustaka Alvabet, Cet. ke-4, 2006)

LAMPIRAN- LAMPIRAN

**KUSIONER KEPUASAN NASABAH TABUNGAN Ib HASANAH BNI
SYARIAH CABANG MAKASSAR.**

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan diri Anda.

1. Apakah jenis kelamin Anda?

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Berapa umur Anda sekarang?

- a. < 20 tahun
- b. 20 - 29 tahun
- c. 30 - 39 tahun
- d. 40 - 49 tahun
- e. > 50 tahun

4. Apa pendidikan terakhir Anda?

- a. SMP/MTs
- b. SMA/MA/SMK
- c. Diploma
- d. Sarjana

5. Apa pekerjaan Anda?

- a. PNS
- b. Petani
- c. Pengusaha/Wiraswasta
- d. Lain-lain

6. Berapa penghasilan Anda sebulan?

- a. < Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.0001 - Rp. 2.000.0000
- c. Rp. 2.000.0001 - Rp. 3.000.0000
- d. Rp. 3.000.0001 - Rp. 4.000.0000
- e. Rp. 4.000.0001 - Rp. 5.000.0000
- f. > Rp. 5.000.000

7. Dari mana Anda mengetahui informasi tentang Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar?

- a. Keluarga/Teman
- b. Pamflet, brosur dll
- c. Surat Kabar/Majalah
- d. Televisi, internet dll
- e. Lain-lain

8. Berapa lama Anda menjadi Nasabah Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar?

- a. 1-2 tahun
- b. 3-4 tahun
- c. > 5 tahun

9. Anda membuka rekening Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar?

- a. Benar-benar menyimpan dana
- b. Mempermudah pembayaran angsuran

c. Mempermudah pembayaran listrik, telepon, dll

PERTANYAAN

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai.

Petunjuk Pengisian:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

No.		PERNYATAAN	JAWABAN				
		Compliance	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan Bank BNI Syariah	Berjalan dalam prinsip-prinsip Islam.					
2.		Tidak ada bunga yang dibayarkan atau diambil dari tabungan dan pinjaman					
3.		Menerapkan pelayanan produk sesuai ketentuan prinsip-prinsip Islam.					
4.		Bebas dari hal- hal yang tidak jelas dan meragukan (Gharar)					
5.		menerapkan pembagian investasi dengan prinsip bagi hasil.					

No.		Pertanyaan	Jawaban				
		ASSURANCE	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan Bank BNI Syariah	Konseling keuangan disediakan.					
2.		Interior dan ruang tunggu yang nyaman di bank BNI Syariah Cab. Makassar					
3.		Karyawan bank yang berpakaian rapih dan					

		menarik.					
4.		Tim manajemen yang berpengetahuan luas dan berpengalaman.					

No.		Pertanyaan	Jawaban				
		Reliability	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan Bank BNI Syariah	Memberikan kenyamanan (waktu singkat untuk layanan di mana saja).					
2.		Memberikan nilai tambah terintegrasi yang digunakan.					
3.		Memberikan kemudahan pada nasabah dalam memperoleh informasi rekening					
4.		Memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi.					

No.		Pertanyaan	Jawaban				
		Tangible	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan Bank BNI Syariah	Memiliki layanan waktu yang optimal					
2.		Memberikan pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (Seperti ATM, Mobile Banking)					
3.		Memberikan transaksi yang cepat (transaksi selesai dalam waktu singkat, bukan dalam waktu yang lama).					
4.		Memberikan pelayanan dalam memecahkan masalah nasabah.					

No.		Pertanyaan	Jawaban				
		Emphaty	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan Bank BNI Syariah	Menyediakan Loker pelayanan yang bersih dan Nyaman.					
2.		Menjamin kerahasiaan data nasabah					
3.		Lokasi bank yang mudah di jangkau.					
4.		Keakraban, reputasi, dan citra Bank.					
5.		Menyediakan area parkir yang tersedia sudah memadai.					
6.		keyakinan dalam manajemen Bank.					
7.		Keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan bunga di Bank tradisional.					
8.		Memiliki biaya yang lebih rendah.					

No.		Pertanyaan	Jawaban				
		Responsiveness	SS	S	N	TS	STS
1.		Mampu memenuhi kebutuhan individu / pribadi.					
2.		Penggunaan teknologi secara baik dalam operasional bank.					
3.		Ketersediaan kredit dengan persyaratan yang menguntungkan.					
5.		Layanan konter cepat dan efisien.					

Kepuasan

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kepuasan keseluruhan dengan layanan Bank BNI Syariah Cab. Makassar					
2.	Saya sangat puas dengan kontak pribadi saya dengan karyawan Bank BNI Syariah Cab. Makassar					
3.	Kualitas Layanan.					

Data responden

No.	apa jenis kelamin anda ?	Beraapaa Umur Anda Sekarang ?	Apa Pendidikan Terakhir Anda ?	Apa Pekerjaan Anda ?	Berapa Penghasilan Anda Sebulan ?	Dari Mana Anda Mengetahui Informasi Tentang Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar ?	Berapa Lama Anda menjadi Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar ?	Anda membuka rekening Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Cab. Makassar?
1	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
2	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
3	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
4	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
5	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
6	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
7	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
8	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
9	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
10	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
11	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan

		Tahun						Dana
12	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
13	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
14	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Mempermudah Pembayaran Angsuran
15	Perempuan	> 50 Tahun	Sarjana	PNS	3.000.000- 4.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Mempermudah Pembayaran Angsuran
16	Perempuan	30-39 Tahun	Sarjana	Lainya	3.000.000- 4.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Mempermudah Pembayaran Angsuran
17	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	1.000.000 - 2.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
18	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
19	Perempuan	30-39 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	> 5 Tahun	Menyimpan Dana
20	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Mempermudah Pembayaran Angsuran
21	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
22	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
23	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana

24	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
25	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	1.000.000 - 2.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
26	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
27	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
28	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
29	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
30	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
31	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
32	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	3.000.000- 4.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
33	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	3.000.000- 4.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
34	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
35	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
36	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
37	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
38	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan

		Tahun						Dana
39	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
40	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
41	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
42	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
43	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
44	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
45	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
46	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
47	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
48	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
49	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
50	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	> 5 Tahun	Menyimpan Dana
51	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Mempermudah Pembayaran Listrik, Telepon dll

52	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
53	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
54	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
55	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
56	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
57	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	> 5.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
58	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	1.000.000 - 2.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
59	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
60	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
61	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
62	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
63	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
64	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	2.000.000- 3.000.000	Pamflet/ Brosur	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
65	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
66	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan

		Tahun						Dana
67	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
68	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
69	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
70	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
71	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
72	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
73	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
74	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
75	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	> 5 Tahun	Menyimpan Dana
76	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
77	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Pengusaha/ Wirasuasta	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
78	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
79	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
80	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	1.000.000 - 2.000.000	Pamflet/ Brosur	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana

81	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
82	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
83	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Televisi/ Internet	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
84	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
85	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	2.000.000- 3.000.000	Keluarga/ Teman	> 5 Tahun	Menyimpan Dana
86	Perempuan	21- 29 Tahun	Sarjana	Lainya	< 1.000.000	Lain- Lain	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
87	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
88	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
89	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
90	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
91	Laki- laki	40-49 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	2.000.000- 3.000.000	Televisi/ Internet	> 5 Tahun	Mempermudah Pembayaran Angsuran
92	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	3.000.000- 4.000.000	Keluarga/ Teman	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
93	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	3.000.000- 4.000.000	Lain- Lain	> 5 Tahun	Menyimpan Dana
94	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana

95	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
96	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Pamflet/ Brosur	3-4 Tahun	Menyimpan Dana
97	Laki- laki	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
98	Laki- laki	21- 29 Tahun	Sarjana	Pengusaha/ Wirasuasta	> 5.000.000	Keluarga/ Teman	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
99	Perempuan	< 20 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana
100	Perempuan	21- 29 Tahun	SMA/MA/SMk	Mahasiswa	< 1.000.000	Lain- Lain	1- 2 Tahun	Menyimpan Dana

Data jawaban responden

no.	X1					X2				X3				X4				X5								X6				Y			
1	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	3	1	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
7	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	
9	3	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	5	4	4	3	
10	1	5	2	1	3	4	3	3	1	1	3	3	3	1	5	3	3	1	4	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	5	
12	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	5	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
13	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	

71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	2	5	2	3	5	3	5	5	4	4	4	4	3	2	2	3	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4
76	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5
77	4	3	4	4	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
79	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2
81	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4
82	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	2
84	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
85	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
86	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
87	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
90	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
91	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
92	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
93	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4
94	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
98	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4

99	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
100	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4

Hasil Uji Validitas

Compliance

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	total_x 1
x1.1	Pearson Correlation	1	.322	.766*	.642**	.505*	.850**
	Sig. (2-tailed)		.083	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.322	1	.157	.140	.187	.515**
	Sig. (2-tailed)	.083		.407	.461	.323	.004
	N	30	30	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	.766*	.157	1	.867**	.701*	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.407		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.4	Pearson Correlation	.642*	.140	.867*	1	.574*	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.461	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.5	Pearson Correlation	.505*	.187	.701*	.574**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.004	.323	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
total_x 1	Pearson Correlation	.850*	.515*	.892*	.832**	.739*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Assurance

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	tatol
x2.1	Pearson Correlation	1	.466**	.289	.480**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.009	.121	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.466**	1	.606**	.600**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000	.000	.000

x2.3	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.289	.606**	1	.459*	.749**
	Correlation					
x2.4	Sig. (2-tailed)	.121	.000		.011	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.480**	.600**	.459*	1	.829**
x2.4	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.011		.000
	N	30	30	30	30	30
tatol	Pearson	.704**	.847**	.749**	.829**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
tatol	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	tatol
x3.1	Pearson	1	.671**	.567**	.845**	.904**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
x3.2	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.671**	1	.622**	.688**	.859**
	Correlation					
x3.3	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.567**	.622**	1	.567**	.797**
x3.4	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
x3.4	Pearson	.845**	.688**	.567**	1	.891**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
tatol	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.904**	.859**	.797**	.891**	1
	Correlation					
tatol	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tangibles**Correlations**

		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	tatol
x4.1	Pearson Correlation	1	.398*	.532**	.610**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.029	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
x4.2	Pearson Correlation	.398*	1	.453*	.584**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.029		.012	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
x4.3	Pearson Correlation	.532**	.453*	1	.831**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.002	.012		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
x4.4	Pearson Correlation	.610**	.584**	.831**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
tatol	Pearson Correlation	.795**	.676**	.878**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Empathy**Correlations**

		x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	x5.5	x5.6	x5.7	x5.8	total
x5.1	Pearson Correlation	1	.477*	.656*	.321	.022	.146	.609*	.595*	.725*
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.084	.906	.440	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.2	Pearson Correlation	.477*	1	.375*	.435*	.222	.318	.207	.444*	.609*
	Sig. (2-tailed)	.008		.041	.016	.238	.087	.273	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.3	Pearson Correlation	.656*	.375*	1	.482*	.229	.140	.648*	.627*	.807*
	Sig. (2-tailed)	.000	.041		.007	.223	.460	.000	.000	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.4	Pearson	.321	.435*	.482*	1	.313	.664*	.212	.180	.619*
	Correlation			*			*			*
	Sig. (2-tailed)	.084	.016	.007		.092	.000	.260	.340	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.5	Pearson	.022	.222	.229	.313	1	.422*	.189	.255	.515*
	Correlation						*			*
	Sig. (2-tailed)	.906	.238	.223	.092		.020	.316	.174	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.6	Pearson	.146	.318	.140	.664*	.422*	1	.309	.164	.535*
	Correlation				*	*				*
	Sig. (2-tailed)	.440	.087	.460	.000	.020		.097	.385	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.7	Pearson	.609*	.207	.648*	.212	.189	.309	1	.655*	.749*
	Correlation	*		*					*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.273	.000	.260	.316	.097		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x5.8	Pearson	.595*	.444*	.627*	.180	.255	.164	.655*	1	.765*
	Correlation	*	*	*				*		*
	Sig. (2-tailed)	.001	.014	.000	.340	.174	.385	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.725*	.609*	.807*	.619*	.515	.535*	.749*	.765*	1
	Correlation	*	*	*	*	**	*	*	*	
total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Responsiviness

Correlations

		x6.1	x6.2	x6.3	x6.4	total
x6.1	Pearson	1	.788**	.770**	.593**	.898**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
x6.2	Pearson	.788**	1	.763**	.676**	.909**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
x6.3	Pearson	.770**	.763**	1	.687**	.910**
	Correlation					

x6.4	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson	.593**	.676**	.687**	1	.824**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
total	Pearson	.898**	.909**	.910**	.824**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan

Correlations

		y1	y2	y3	total
y1	Pearson	1	.712**	.420*	.837**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000
	N	30	30	30	30
y2	Pearson	.712**	1	.626**	.922**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
y3	Pearson	.420*	.626**	1	.793**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.021	.000		.000
	N	30	30	30	30
total	Pearson	.837**	.922**	.793**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Realibilitas

Compilance

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

Assurance

Case Processing Summary

	N	%
Valid Cases	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

Realibility

Case Processing Summary

	N	%
Valid Cases	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Teagibles**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

Empahty**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	8

Responsiviness**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

Kepuasan**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	3

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33120981
	Absolute	.122
Most Extreme Differences	Positive	.119
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.219
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Multikolonialitas

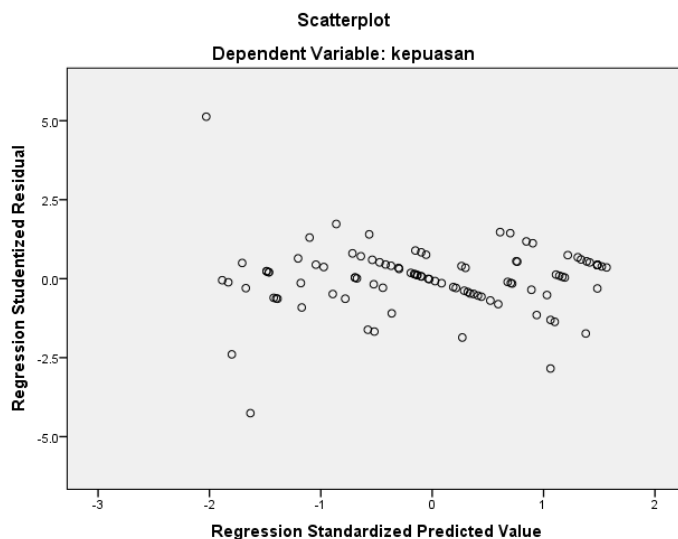
Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.873	1.033			
	compilance	-.063	.068	-.095	.413	2.419
	assurance	.062	.088	.074	.389	2.569
	relibility	.110	.103	.145	.242	4.132
	tegible	.270	.089	.375	.289	3.461
	emphaty	.110	.055	.264	.251	3.984
	responsiviness	.045	.087	.065	.288	3.467

a. Dependent Variable: kepuasan

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.873	1.033		1.813	.073
	compilance	-.063	.068	-.095	-.919	.360
	assurance	.062	.088	.074	.697	.488
	relibility	.110	.103	.145	1.068	.288
	tegible	.270	.089	.375	3.031	.003
	emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050
	responsiviness	.045	.087	.065	.523	.602

a. Dependent Variable: kepuasan



Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.561	1.37348

a. Predictors: (Constant), responsiveness, compliance, tegible, assurance, empathy, reliability

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.200	6	41.700	22.105	.000 ^b
	Residual	175.440	93	1.886		
	Total	425.640	99			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), responsiveness, compliance, tegible, assurance, empathy, reliability

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.873	1.033		1.813	.073
	compliance	-.063	.068	-.095	-.919	.360

assurance	.062	.088	.074	.697	.488
reliability	.110	.103	.145	1.068	.288
tegible	.270	.089	.375	3.031	.003
emphaty	.110	.055	.264	1.983	.050
responsivines	.045	.087	.065	.523	.602

a. Dependent Variable: kepuasan

BIOGRAFI



Fitra Analia atau biasa di sebut fitra, anak pertama dari tiga bersaudara, lahir di Mombi 6 Maret 1998, anak dari bapak Amaluddin dan ibu Najamiah. Selanjutnya penulis pernah menjadi pelajar di SDN 004 Mombi kemudian melanjutkan ke jenjang SLTP di MTs Yasper Tutallu setelah itu di jenjang SLTA dilanjutkan di SMA Negeri 2 Majene, dan kemudian takdir membawanya pada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar mengambil jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Riwayat Pengalaman Organisasi penulis selama duduk di bangku perkuliahan pengurus HMJ Ekonomi Islam Periode 2019 dan pengurus PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam. Sekian dan terima kasih.

ANALISIS KUALITAS JASA PADA PERBANKAN SYARIAH BERDASARKAN ADAPTASI MODEL CARTER (STUDI PADA NASABAH TABUNGAN Ib HASANAH BANK BNI SYARIAH)

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

docplayer.info

Internet Source

7%

2

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

5%

3

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

5%

4

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

2%

5

repository.unhas.ac.id

Internet Source

1%

6

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

1%

7

e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id

Internet Source

1%

8

Moh Fauzan, Ubay Harun, Sofyan Bachmid.
"Pengaruh Bauran Promosi Terhadap

1%

Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2019

Publication

9	journal.unj.ac.id Internet Source	1%
10	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
11	kumpulanmakalahpk.blogspot.com Internet Source	1%
12	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%